

Pour un enseignement du

FRANÇAIS 5 COMMERCIAL



Simone Fidan
(Dir.)

Joana Vidal
(Coord.)

ice
Institut de Ciències de l'Educació
Universitat de Barcelona

MATERIALS EXPERIMENTALS M-12

POUR UN ENSEIGNEMENT DU

FRANÇAIS
COMMERCIAL

POUR UN ENSEIGNEMENT DU
FRANÇAIS
COMMERCIAL

SIMONE FIDAN. (Dir.)
JOANA VIDAL. (Coord.)
ANA DE BLAS
NADINE DU BAR
MARIE PIERRE LAMORTHE
MARIE THERESE MOSSER
ODILE SANCHEZ

ICE

MATERIALS EXPERIMENTALS M-12

1989

1ª edició, 1989

La reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol procediment, compresos la reprografia i el tractament informàtic i la distribució d'exemplars mitjançant lloguer o préstec públics, resta rigorosament prohibida sense l'autorització escrita dels titulars del "Copyright", i estarà sotmesa a les sancions establertes a la Llei.

© SIMONE FIDAN (Dir.) y otras

© Publicacions de l'ICE. Col·lecció Materials Experimentals M-12
Institut de Ciències de l'Educació
Universitat de Barcelona

Promociones y Publicaciones Universitarias, S. A.
Marqués de Campo Sagrado, 16
08015 Barcelona

ISBN: 84-7665-560-6
D.L.: B-41.652-89

Imprès a: Limpergraf, S.A. Calle del Río, 17. Nave 3. Ripollet (Barcelona)

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	7
CHAPITRE I	11
— Le français commercial (Besoins du professeur)	
CHAPITRE II	15
— Objectifs généraux	
— Objectifs spécifiques	
CHAPITRE III	19
— Réflexions sur la programmation	
CHAPITRE IV	21
— Développement méthodologique de chaque compétence	
CHAPITRE V	25
— Langue	
— Phonétique	
— Vocabulaire	
— Langue, culture et civilisation	
CHAPITRE VI	37
— Méthodologie: étude développée de quelques points spécifiques:	
● le téléphone	
● le télex	
● la lettre	
● documents authentiques	
● document vidéo	
● extraits de différentes méthodes	
CONCLUSION	67
BIBLIOGRAPHIE	71
DOCUMENTS	77

L'Institut des Sciences de l'Éducation de l'Université de Barcelone a essayé de répondre, depuis sa création, aux besoins en formation continue des professeurs de l'enseignement primaire, secondaire et universitaire. Dans ce sens, plusieurs «Séminaires permanents» se sont constitués, dont celui de Français qui fonctionne depuis 1980.

Les nombreuses activités organisées: samedis pédagogiques, stages extensifs ou intensifs, travaux de recherche, C.A.P., etc. ont voulu informer les professeurs sur les tendances de l'enseignement des langues, allant de la «bonne conscience linguistique» à donner aux apprenants (fondée sur le savoir théorique des structures de la langue et des faits culturels et littéraires qu'elle véhicule) jusqu'à l'analyse de leurs «besoins de communication» en langue étrangère (apprendre à fonctionner dans la langue de l'autre, et ainsi mieux le comprendre) dans des situations déterminées et suivant des conventions socio-culturelles données. Sans oublier d'analyser les processus d'interaction et d'établir la négociation indispensable dans la construction du discours, réhabilitant la classe de langue comme lieu privilégié d'observation et d'expérience.

Dans une période historique où l'on doit s'acheminer vers une Europe où tous les citoyens devront connaître plusieurs langues étrangères et à plusieurs niveaux, et de façon articulée avec la (ou les) langue(s) locale(s), le français, dans notre contexte, pour des raisons politiques, économiques ou autres a aussi comme deuxième langue étrangère ou comme langue de spécialité, «utile» aux apprenants et «possible» pour les enseignants, compte tenu des contraintes institutionnelles.

Iñaki ETXEBARRIA

*Cap de Formació d'Ensenyament
Secundari de l'I.C.E.*

Angels GARCIA

*Coordinadora de llengües estrangeres
de l'I.C.E.*

INTRODUCTION

Après avoir étudié le problème actuel des professeurs de français dans les Lycées et les Centres Privés, et la carence de solutions satisfaisantes, nous avons pensé, pour essayer de continuer à faire vivre la langue française: à enseigner dans le cadre des Activités technico-professionnelles, un ou des français de spécialité.

Nous voudrions par là, démontrer que le français, considéré habituellement comme une langue de culture, est aussi une langue de *communication* fort utile dans le contexte national et international, que son enseignement peut améliorer à la fois le niveau culturel des élèves et les préparer à la vie professionnelle.

Il faut, bien entendu, respecter les E.A.T.P. qui doivent être un ensemble d'activités développant des aptitudes de caractère technique, elles doivent permettre de mieux connaître l'environnement socio-économique et le monde du travail sans exiger une conceptualisation spéciale, ni une connaissance «à priori» de l'une des matières enseignées au cours du baccalauréat:

cf. circulaires 3/1982-83
12/1983-84
1/1984-85
1/1985-86

Pour répondre à ces exigences, nous avons donc étudié une série d'activités technico-professionnelles liées au français, qui donneront à nos élèves, une préparation correcte pour leur entrée dans le monde du travail.

Nous ne devons pas oublier que dans un futur proche les langues prendront une grande place et de plus en plus d'importance. Pour reprendre une phrase de *M. Domenico Lenarduzzi* Directeur de la Section de Coopération en Education de la Direction Générale de la C.E.E.:

«Le futur analphabète, sera celui qui ne connaîtra que sa propre langue.»

Et nous ne pouvons oublier que les Centres étrangers établis en Espagne proposent à leurs élèves non pas une ou deux langues mais de quatre à cinq. La différence est grande.

Nous rappellerons pour appuyer notre raisonnement et trouver des arguments pour persuader l'Administration, les élèves et leurs parents, que la connaissance du français est obligatoire dans les organismes importants comme le Conseil de l'EUROPE, la C.E.E., l'U.N.E.S.C.O., l'O.N.U., etc., et qu'il est indispensable de connaître le français si l'on veut entrer dans les entreprises commerciales et bancaires installées en Espagne et spécialement en Catalogne (45 %) telles que:

- la Société Générale
- la Banque de Paris
- le Crédit Lyonnais
- Compagnies Générales d'Assurances
- Fabriques et usines (Rossignol - Danone..., etc.)
- Compagnies d'Assurances, Banques (de Belgique, Suisse et Canada et pays francophones)

sans oublier les organismes officiels comme:

- Consulats
- Ambassades
- Instituts Français

les agences de voyages et bureaux de tourisme, qui offrent des possibilités de travail:

- interprétariat
- secrétariat bilingue
- administration
- ...etc.

Il existe un autre argument qui nous pousse à créer et à argumenter ces E.A.T.P.: la Réforme de l'Enseignement semblant s'orienter vers une formation plus technique et personnalisée de l'élève, ces matières dites de «spécialité» respectent tout à fait les objectifs et pourraient s'assimiler aux crédits variables, matières à option, ou 2^{de}. langue à caractère technico-professionnel.

Donc, l'introduction d'une E.A.T.P. de français de spécialité nous semble fort utile dans de telles circonstances: Nous pouvons en proposer plusieurs:

- le français commercial
(secrétariat, dactylos..., etc.)
- le français pour le tourisme et l'hôtellerie
- le français économique
(concours pour C.E.E.-Bruxelles-Luxembourg)
- le français pour l'interprétariat
- le français pour la traduction

La préparation des élèves vers un français de spécialité intéresse des futurs secrétaires aux cadres commerciaux, qui travaillent ou travailleront dans des entreprises en contact avec des pays francophones (Canada, Belgique, Suisse, Afrique...).

Nous étudierons tout d'abord le: *Français commercial*.

CHAPITRE I

LE FRANÇAIS COMMERCIAL BESOINS DU PROFESSEUR

FRANÇAIS COMMERCIAL

Il ne s'agit pas évidemment du français que nous enseignons habituellement de façon plus générale. Ce n'est pas une différence de langue, *le français reste le français*, mais une différence de point de départ, de démarche, de méthodologie peut-être, *d'objectifs* en tout cas.

Nous étudierons donc ces aspects et nous commencerons par:

LE PROFESSEUR:

Avant tout, *le professeur* doit changer d'attitude; il doit se préparer, se former, se «recycler», mot à la mode, pour pouvoir donner les cours avec facilité et efficacité.

Pour ce faire, des conférences et des stages ont été données et réalisés au cours de ces quatre dernières années: (Mars-Avril 1986, 1987, 1988, 1989), pour bien connaître les besoins des élèves et des professeurs et proposer les aides nécessaires à une approche de cette nouvelle matière.

— *Connaissances de base:*

Le professeur, pour enseigner le français commercial. «des affaires», doit connaître (non pas exhaustivement, bien sûr, mais en «diagonale»)

- la *place de la France* dans le monde
- les *territoires d'Outre-mer*
- la *politique d'expansion*
- *La France et le Tiers-Monde*
- les *institutions en France*
- la *Société française*
- les techniques d'aujourd'hui.
(satellites, TGV, R.E.R....., etc.)

Les manuels suivants donneront rapidement les connaissances nécessaires et suffisantes:

- *Géographie de 1ère*, Pévôt et Diville, Belin.
- *Géographie de 3ème*, Marc Vircent, Bordas.
- *La France de toujours*, NELLY Mauchamp, CLE International.

Les notions d'économie indispensables telles que:

- notion de croissance
- évolution du capitalisme moderne
- échanges internationaux
- la crise actuelle
- la politique monétaire
- ...etc.

les manuels de géographie mentionnés plus haut et l'

- «*Introduction à l'Economie*», de 2nde, de Ch. Echaudemaison Cendus et Lagrange, Nathan.

seront suffisants.

Quelques livres pourront être utilisés comme ouvrages à consulter ou à utiliser (quelques chapitres) en classe.

- «*Le français commercial*», Danilo, Challe, Morel.
- «*Le français commercial*» G. Mauger, J. Charon (Larousse).
- «*Le français du Secrétariat commercial*», M. Dany, Gallot (Hachette).

Quant aux manuels scolaires, nous pourrions citer la collection de *Max Dany*¹ (Hachette); «*le français et la profession*», à condition.

1. *Max Dany*: Professeur agrégé de L'Université. Directeur du Centre Audio-Visuel des Langues Modernes de Vichy.

de les utiliser comme aide-appui, et d'éviter les leçons trop difficiles pour le niveau de nos élèves, le plus accessible étant:

— «*Le français des employés*» Max Dany, C. Naé.

qui a été conçu pour enseigner le français commercial aux *non francophones*, pour des étudiants qui apprennent le français langue étrangère dans une section commerciale, et pourront avoir des contacts avec des francophones.

Viennent ensuite:

- «Le français des hommes d'affaires»
- «Le français du secrétariat commercial»
- «Le français de la banque»
- «Le français des relations internationales»
- «Le français de l'hôtellerie et du tourisme»

Après cette formation «académique», nous devons penser à une application pédagogique pour essayer de transmettre ces connaissances culturelles et linguistiques, car nous devons associer continuellement l'étude de la «technique» et celle de la langue.

Nous n'oublierons pas que la «langue commerciale» n'existe pas en tant que telle, c'est simplement une langue *correcte*, claire, précise, à laquelle nous devons ajouter quelques termes et expressions caractéristiques; formules toutes faites et répétitives, vocabulaire spécialisé, etc.

Nous ne pouvons pas être trop ambitieux, car nos élèves auront des niveaux différents. Nous devons nous y adapter et essayer de leur donner des bases solides qui pourront les aider dans de futures études plus approfondies.

Notre but, plus que de chercher un véritable savoir linguistique et commercial, doit être de leur offrir les moyens d'acquérir un «savoir faire» et un «savoir être», dans des situations données.

CHAPITRE II

OBJECTIFS

- 1) *OBJECTIFS GÉNÉRAUX*
- 2) *OBJECTIFS SPÉCIFIQUES:*
 - Oral
 - Ecrit

(Besoins des élèves)

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

1. Enseigner à comprendre et à rédiger une correspondance commerciale.
2. Enseigner à communiquer oralement (téléphone, présentations).
3. Créer des situations professionnelles authentiques: accueillir un client, le faire patienter... etc.

Ceci implique que l'élève soit familiarisé avec les éléments nécessaires pour son travail:

- notions générales de:
 - géographie
 - économie
 - commerce
 - industrie
 - services, etc.
- notions de civilisation française:
 - organisation d'un voyage/séjour en France

- connaissance du «modus vivendi»
- connaissance des horaires
- connaissance des transports
- connaissance de l'alimentation, des hôtels.

*PROPOSITION DE DEMARCHE POUR INTRODUIRE
LES NOTIONS GENERALES*

1. Créer une entreprise:
 - situation géographique
 - économie
 - partenaires: banques, fournisseurs assurances.
2. Organisation d'un voyage:
 - hôtels
 - transports
 - horaires..., etc.

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES (par niveau)

1ère année

Compréhension orale:

1. Prendre des notes lors d'une conversation téléphonique. Entretien avec un client ou un fournisseur.
2. Comprendre des explications ou des instructions simples.
3. Percevoir les différences d'expression dans le discours: doute/certitude, approbation/désapprobation..., etc.

Expression orale:

1. Etablir et maintenir des contacts téléphoniques.
2. Accueillir un visiteur, l'introduire, le faire patienter, le présenter ou l'éconduire..., etc.
3. Intonation appropriée pour chaque situation..., etc.

1ère et 2nde année (en fonction du degré de difficulté)

Compréhension orale:

1. Suivre une conversation d'ordre général et en faire un bref compte-rendu.
2. Comprendre globalement le sens d'un discours.

Expression orale:

1. Rechercher, demander ou transmettre des informations ou des renseignements.
2. Répondre à des questions simples concernant les procédures courantes de l'entreprise: conditions de paiement, délai de livraison..., etc.

2^{nde} année

1. Organiser des réunions, déplacements, séjours dans un pays francophone.
2. Argumenter et comprendre pour vendre.

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES (par niveau)

1^{ère} année

Compréhension écrite:

1. Comprendre un télégramme, un télex, une lettre commerciale. Pouvoir y apporter des éléments de réponse.
2. Rechercher de l'information se rapportant à l'activité professionnelle: catalogues, annuaires, fichiers, annonces, guides..., etc.

Expression écrite:

1. Concevoir et rédiger un message, une note interne, un télégramme, un télex, une lettre simple.

1^{ère} et 2^{nde} année (en fonction du degré de difficulté)

Compréhension écrite:

1. Comprendre et pouvoir utiliser des documents pratiques: instructions, mode d'emploi, formulaires administratifs, horaires, plans, cartes graphiques, organigrammes..., etc.

Expression écrite:

1. Concevoir et rédiger un message: télex, annonce (court).

2. Ecrire une lettre à partir d'une lettre-type et en accord avec des instructions concrètes.
3. Remplir des questionnaires ou des formulaires...
4. Savoir traduire des lettres faciles et des documents simples, et connaître les formules de politesse..., etc.

2^{de} année

Expression écrite:

1. Faire une note de synthèse après une réunion, un travail effectué, un dossier étudié (compte-rendu, rapport...).

Compréhension écrite:

1. Comprendre globalement et pouvoir résumer des textes de vulgarisation (en français ou en langue maternelle), publicité, article de journal, documentation industrielle...

CHAPITRE III

RÉFLEXIONS SUR LA PROGRAMMATION

RÉFLEXIONS SUR LA PROGRAMMATION

1. L'étude des différents objectifs et les grilles nous ont montré que nous ne devons pas exiger une perfection formelle, que notre but est la communication, et que l'on communique pour *dire* quelque chose, donc notre effort se portera sur les formules socio-culturelles françaises caractéristiques du contexte.

2. Notre enseignement doit être, de par ces circonstances et limitations, un enseignement rapide: la recherche d'une compétence efficace et rentable.

«non pas au niveau de la phrase, mais à celui de texte: il s'agit de balayer un texte pour en retenir une compréhension générale, donc l'étude se situera au niveau discursif»¹.

Nous rechercherons une compréhension globale, et nous n'oublions pas que le recours à la langue maternelle peut être fréquent, conseillé et qu'il authentifie la situation: une entreprise française en Catalogne, utilisera fréquemment les trois langues en usage. Donc, certaines notes, certaines conversations pourront être rapportées en langue maternelle.

Nous jouerons sur les ressemblances d'une langue à l'autre. Nous rechercherons les situations semblables (accueil, douanes, transports..., etc.), le matériel semblable: billets, factures, chèques, formulaires..., etc.

1. M. Danilo (6-9-86) Barcelona.

Les renseignements que l'on peut y découvrir sont les mêmes; les élèves apprendront à déceler les différences et à manipuler ce genre de documents (que l'on se procure très facilement dans les Banques, Postes, Organismes officiels).

Les activités seront ancrées dans le contexte local: le français et les français en Catalogne: —que peut on demander à un employé dans l'une de ces entreprises? (au point de vue linguistique et technique).

Les documents seront, en majorité recueillis sur place (Banques, Agences de voyages, Bureaux de tourisme, P.T.T.).

Notre objet n'est pas de faire un programme détaillé du développement de cette matière, mais d'orienter le professeur vers certaines activités qui répondent aux objectifs que nous nous sommes tracés.

Les manuels scolaires déjà mentionnés ont défini leur programme: nous devons choisir ce qui convient le mieux aux besoins de nos élèves: certains préféreront organiser un voyage pour un P.D.G. et se passionneront pour les leçons sur l'aéroport, l'agence de voyage, d'autres pour les transports d'autres pour l'exportation.

La possibilité de choisir est déjà une motivation aussi bien pour l'élève que pour le professeur.

CHAPITRE IV

DÉVELOPPEMENT MÉTHODOLOGIQUE DE CHAQUE COMPÉTENCE

DÉVELOPPEMENT MÉTHODOLOGIQUE DE CHAQUE COMPÉTENCE

COMPREHENSION ECRITE:

1. *Documents illustratifs*: lettre express, mandat, horaires S.N.C.F. (cf. Sans Frontières 2).
Cf. manuel «de A à Z» de Giraud (Foucher) (modèles de lettres, contrats, polices d'assurances, chèques, dépliants agences de voyages [Air France], etc.
2. *Lettres*: modèles (cf. livres de Max Dany et de M. Danilo)
 - la rédaction du courrier: Giraud (Foucher)
 - «écrire à tout le monde» (Hachette), cf. de «A à Z» p. 12 annexe 10.09
 - «les hommes d'affaires» M. Dany (modèles d'exercices).
B.D. «le français des affaires» Teresa de la Vedora «Le N. Obs» et «L'Express» (Brétecher).
3. *Documents*: Chambre de commerce, distribués par M. Drouère. Catalogues, bons de commande (Les 3 Suisses», «La Redoute» vente par correspondance, etc.

EXPRESSION ECRITE:

1. Message, note interne, suivant les circonstances, les deux langues peuvent être utilisées.

2. Cf. le dossier de M. Dany (livre jaune p. 16-17), recueil et résultat de l'information (cf. bibliographie).
Exercices à trous. reconstitution, imitation..., etc.
3. Apprendre à remplir les formulaires que l'on peut se procurer dans n'importe quel établissement public: gares, poste agences, compagnies d'assurances, banques..., etc.
4. Pour la 2ème année: articles de journaux, d'économie, d'actualité, sur la C.E.E...., etc.
5. Traduction: lettres simples, publicités, documents officiels, commandes..., etc.

COMPREHENSION ORALE:

1. Nous insisterons sur les formules stéréotypées: cf. M. Dany (introduction du manuel), «Sans Frontières», «Méthode administrative et commerciale» Giraud (Foucher) et «Apprenons à communiquer».
2. Enregistrement radio-télé, «le répondeur automatique» Reffet, cassettes de Max Dany et de «Sans Frontières».
3. Renouveler des commandes: introduire les jeux de rôle: cf. cassettes de M. Dany et de «Sans Frontières».
4. Le professeur se transforme en acteur, il peut avoir enregistré auparavant un texte choisi.

EXPRESSION ORALE:

1. Formules de base. M. Dany, idem, n.º 2 et n.º 3 p. 83-84.
2. Documents: fiches, télégrammes, documents écrits, inscriptions (cf. «Le français dans le monde» et «Reflets», et les manuels courants.
3. A réserver pour la deuxième année: vocabulaire spécifique: documents: M. Dany, p. 65.

NOTIONS DE SAVOIR FAIRE, COURTOISIE, CULTURE GENERALE:

1. Essayer de préselectionner des documents qui provoquent le besoin de décrire la vie française:
 - géographie
 - histoire
 - économie
 - habitudes, etc.

2. Courtoisie et politesse: «Ecrire à tout le monde». Employer les manuels courants se référant aux usages, aux formules, etc.
3. Donner des notions de culture générale: horaires, festivals, activités spécifiques, manifestations artistiques, mode, musique, etc., en procédant par allusions et système de références.

CHAPITRE V

CONTENU LINGUISTIQUE; POINTS SPÉCIFIQUES DE GRAMMAIRE

1. Langue
2. Phonétique
3. Vocabulaire
4. Langue, culture et civilisation

CONTENU LINGUISTIQUE: POINTS SPÉCIFIQUES DE GRAMMAIRE

Il s'agit de:

- a) donner aux élèves quelques connaissances utiles pour *la compréhension* de la langue écrite et orale.
- b) d'enseigner *les formules spécifiques* dont l'élève aura *besoin* et qu'il utilisera telles quelles, de façon correcte et *adéquate*.

En effet, les élèves ne pourront pas assimiler complètement ce que nous allons leur enseigner: notre temps est trop limité.

Nous mentionnerons, nous dirons, nous expliquerons. Il faudra que nos élèves sachent comprendre ce qu'ils lisent (articles, lettres, documents, etc), ce qu'ils entendent, mais il n'est pas indispensable qu'ils sachent *rédiger* (excepté quelques notes très breves).

Nous ferons donc une liste des connaissances grammaticales indispensables, que nous utiliserons suivant le niveau et les besoins de nos élèves.

Ces notions doivent être étudiées en deux ans (E.A.T.P. actuelle). La seconde année de façon plus approfondie.

Points traités

- 1) Langue
- 2) Phonétique
- 3) Vocabulaire
- 4) Langue culture et civilisation

Les manuels scolaires seront notre guide. Il faut insister sur la *légèreté* du contenu. Nous disposons de deux années scolaires et de deux heures (ou d'une heure trente par semaine suivant les heures B).

Donc, il nous faut, avant tout, aller à *l'essentiel*:

La communication, orale et écrite, le plus souvent possible en français, tout en ayant recours à la langue maternelle et du gestuel, c'est-à-dire ce qui se passe en réalité dans une situation authentique.

Nous devons étudier un français correct, facile, auquel nous devons ajouter quelques termes et expressions spécifiques en insistant sur:

- la clarté
- la précision
- l'expression propre

I. LANGUE

Nous devons enseigner quelques notions grammaticales de base qui permettront une compréhension claire, logique. Nous donnerons des exemples oraux et écrits (dialogue-lecture).

Nous insisterons:

a) sur les *différences* d'une langue à l'autre (ex.: emploi de la préposition à (devant le COD)

- le genre
- le nombre

le lait
le miel

ex:

le beurre
le mémoire

b) sur l'emploi des outils grammaticaux:

- relatifs
- prépositions: temps
cause
but
conséquence
- pronoms personnels
- articles
- démonstratifs
- présentatifs: ex:

S I M P L E S

- «C'est la lettre dont je vous ai parlé»
- «c'est le directeur de Danone qui l'envoie»
- «c'est aujourd'hui que M. X. doit venir».

L'explication sera claire et simple, avec de nombreux exemples «en situation», en nous aidant des lectures et des conversations faites en classe.

Les questions du professeur doivent aider les élèves à retrouver et à employer la règle mentionnée. Ils doivent acquérir des mécanismes, un *savoir faire* plus qu'un savoir tout court.

C'est une grammaire stéréotypée qui permet d'acquérir rapidement des *automatismes*:

- ex.: ● emploi fréquent de: *nous*
nous vous
- non emploi de: *tu*
 - rarement l'indéfini: *on*
 - usage des tournures: infinitif + à
+ de
ex: *nous* avons le plaisir *de vous* informer...
 - nominalisation
ex: Ci-joint, pour développement et réponse immédiate, ce document...

c) *Affirmation, négation, question*: en nous appuyant surtout sur l'intonation:

- «Vous voulez voir M. le Directeur?»
- «Il n'est pas là «—non—»
- «Avez-vous rendez-vous?»
- «Vous avez rendez-vous?»

Et plutôt que l'inversion, souvent difficile, pourquoi ne pas employer la formule toute faite et facilement mémorisable:

—«Est-ce que?».

Quant à la négation, le non est quelquefois suffisant à ce niveau là.

ex.: —«Pouvez-vous venir le 10 à 9 h.?»

—«Non» (pas ce jour là)

d) *Les faux-amis*

Souvent dangereux, quelques fois amusants, mais toujours source de quiproquos. Pensons aux erreurs de traduction possible de:

ex.: El Sr. Director no le podrá recibir hoy, porque está constipado.»

ou bien:

«La empresa X me ha pisado este negocio, o me está pisando los talones.»

«Je suis très embarrassé pour vous expliquer ce retard.»

e) *La phrase*

La construction des phrases sera très simple:

— sujet + verbe + complément

(COD - COI - CC)

si le niveau et les besoins des élèves

le permettent.

● *la phraséologie*; à savoir comme réflexe automatique:

ex.: «Nous accusons réception de...»

«Nous référant à...»

f) *Verbes*

La *connaissance* de l'*indicatif* sera suffisante:

— présent

— futur

— passé composé

— ... et de l'*impératif*

et la *reconnaissance* du:

— conditionnel pour les formules toutes faites:

ex.: «Je voudrais...»

«Pourriez-vous m'indiquer...»

«J'aimerais connaître le bilan...»

Nous pouvons éviter le *subjonctif*, et le remplacer par l'*indicatif* et l'*infinitif*:

ex.: «Il faut que vous écriviez au P.D.G. de X...»

«Il faut écrire au P.D.G. de X...»

Il faudra cependant savoir le reconnaître à la lecture et apprendre quelques formules.

Apprentissage:

Comme l'a dit Max Dany; il s'agit pour nous: «d'entraîner les étudiants à une utilisation aussi pertinente que possible de la langue, dans une situation de communication».

C'est une grammaire en situation.

II. LA PHONETIQUE

Il faudra bien sûr, nous limiter à différencier certains sons *très* français, qui n'existent pas dans la langue maternelle ou ne se prononcent pas de la même façon: pour savoir les *reconnaître*.

1. b / v	[b] [v]	
ch - sh	[ʃ]	(show, shilling, sherry)
j / ge-i	[ʒ]	
u	[y]	
e - eu - oeu	[ø] [œ]	
r	[r]	
ou	[u]	
x	[ks]	(taxi)
	[Z]	(dix)
o - au - eau	[o]	
ç - sc	[s]	
gn (ñ)	[ŋ]	
ph - f	[f]	
2. les nasales		
am - an		
em - en	[ã]	
aim		
en - in - etc.	[ɛ̃]	
oin	[wɛ̃]	
om		
on	[õ]	
um - un - ... etc.	[œ̃]	

3. les semi-voyelles

lieu - payer	[j]
travail	[aj]
pareil	[ɛj]
crayon	[ɛj]
oeil	[œj]
billet	[ij]
huit	[y]
oui - douanier - louer	[w]
vouloir - asseoir	[wa]

ex.: «Voulez-vous vous asseoir. Votre billet a été payé le huit de ce mois. Louer nous a donné beaucoup de travail...», etc.

4. «L'explosion»

- ex.: ps
- pseudo
 - psychotechnique
 - psychiatre
- ex.: st
- standard
 - style
 - stable
 - structure
 - sténogramme
 - stagner
 - statistique
 - stratégie
- sp
- spécialiste
 - spéculer
 - spontané
 - spectacle
 - spécificité
 - spéciaux
 - spécifique
 - spécimen
- sc
- scolaire
 - scribe
 - scruter
 - et tous les anglicismes: scotch - scoop - score - scratch - script..., etc.
 - scrupule
 - scrutin
- sl
- slave
- sm
- smoking
- sn
- snack-bar
- sph
- sphère

Bien qu'il y ait de nombreux anglicismes, ces mots sont passés dans la langue et dans le dictionnaire et sont fréquemment employés dans le monde du travail ou du «business»!

N.B. Nous avons insisté sur l'apprentissage de la phonétique orienté vers la reconnaissance des sons, *ce qui nous a paru indispensable* car l'apprenant devra savoir répondre au téléphone, écouter et interpréter un message pour prendre quelques notes de service.

5. Les liaisons

Il faudra souligner les plus fréquentes, les plus chocantes,

a) ce qui se fait

b) ce qui ne se fait pas

ex.: a) ● nous (z) allons

● il est (t) allé

● les (z) hôtels

b) ● les héros (pour ne pas confondre avec les zéros)

● les haricots

6. l'intonation

Nous avons déjà vu que l'intonation nous permet de ne pas employer certaines formules grammaticales, telles que l'inversion dans l'interrogation. Elle nous permet d'exprimer le doute, l'étonnement, l'incompréhension, la négation sans que nous ayons recours à telle ou telle règle.

L'intonation et le gestuel, bien assimilés et bien employés peuvent éviter des fautes de grammaire, ils peuvent nous faire gagner du temps et surtout motiver nos élèves vers cette E.A.T.P. qui nous occupe.

ex.: —«Sandrine, s'il vous plaît, vous avez la facture n.º 2 du dossier Dulac?

—Non, je la cherche. affirmation
 je la cherche? interrogation

—Oui, si vous voulez bien.

—Elle est dans le dossier Dupont. affirmation
 Elle est dans le dossier Dupont? interrogation

- | | |
|--------------------------------------|---------------|
| —Peut-être, ou Durand. | affirmation |
| Peut-être, ou Durand? | interrogation |
| —Vous la trouvez. | affirmation |
| Vous la trouvez? | interrogation |
| —Elle y est. | affirmation |
| Elle y est? | interrogation |
| —Non, pas encore. Ah, sí!, la voilà. | |
| —Bien, merci Sandrine.» | |

D'après l'intonation employée, la secrétaire cherche ou ne cherche pas la facture dans tel ou tel dossier, le directeur oriente ou n'oriente pas les recherches... etc.

L'intonation simplifie aussi l'emploi des temps verbaux. L'on peut éviter le futur si l'on dit:

- 1) sur un ton interrogatif:
 - «Vous venez demain à 9 h.?»
 - «Vous fermez en Octobre?»
 - «Vous déposez le bilan en Janvier ou en Février?»
- 2) sur un ton affirmatif:
 - «Vous m'envoyez le colis Mercredi.»
 - «Vous me le faites savoir cette semaine au plus tard.»

Nous utiliserons les cassettes des méthodes traditionnelles (leçons consacrées au téléphone, agences..., etc.) et d'autres réalisées à ces fins communicatives (cf. bibliographie).

III. VOCABULAIRE

Le vocabulaire sera choisi pour son utilité et sa fréquence d'emploi, le vocabulaire que l'on trouve dans les dépliants, les journaux, les annonces, les lettres, les télex, les factures..., etc.

ex.: traite, délai, ordre, liquidité, inflation, chéquier..., etc.

Documents (écrits - oraux) à employer:

- journaux
- dépliants - cartes

- bulletins - factures - formulaires
- photographies: à compléter, à décrire.
- publicité
- radio - disques - cassettes
- vidéo.

Le vocabulaire sera consigné dans le cahier de l'élève, cahier qui sera surveillé et corrigé de temps en temps.

Donc, avant tout, nous respecterons les *besoins* des élèves et notre choix sera fait en fonction du *bon sens*, en essayant de jouer avec leur imagination, qui est grande!

IV. CULTURE LANGUE ET CIVILISATION (ou l'art d'utiliser le langage)

Nous devons essayer de faire passer des notions de culture et de civilisation à travers le langage.

Les us et coutumes se reflétant dans la façon de parler, dans les mots que l'on choisit, l'intonation qui les accompagne, la phraséologie et les mots souvent vidés de leur sens qui fleurissent dans les conversations.

Pour le langage nous connaissons les habitudes, les façons d'être, la politesse, ce que l'on appelle «l'éducation» ou le B.C.B.G.¹ au-delà des Pyrénées, éléments qui nous seront fort utiles, puisque le français commercial, se situant au niveau des entreprises, sera employé, des dactylos au P.D.G.: avec des normes spéciales de comportement, de «savoir-être» et de «savoir faire».

Nous avons déjà parlé de l'*intonation* (cf. parag. 6), nous mentionnerons maintenant les formules toutes faites, en particulier celles de politesse.

Nous expliquerons les différences de traitement:

- respectueux
- amical
- familial

La notion de hiérarchie reste très forte en France dans les entreprises et nous en trouvons le reflet dans le langage.

1. Bon chic, bon genre.

- a) *Oral*: —«Bonjour Madame la Directrice...»
 —«Bonjour Monsieur le Directeur...»
 —«Bonjour Messieurs, Dames...»
 —«Comment allez-vous?»
 —«Très bien. Merci et vous-même?»
 —«S'il vous plaît. Je vous en prie...»
 —«Pardon, mille fois pardon...»
 —«Merci - Avec plaisir.»
 —«N'en faites rien»
 —«Faites, faites.»
 —«Veuillez, s.v.p. me passer le dossier.»
 —«Voudriez-vous s.v.p., me passer ce dossier.»
 —«Pourriez-vous venir, s.v.p., un moment dans mon bureau.»
 (emploi du conditionnel et du subjonctif pour les formules de politesse).
 —«J'aimerais voir ce dossier s.v.p.»
 etc.

Nous trouverons sur une lettre:

- ou —«Tournez la page, s'il vous plaît»
 —«Nous vous prions de *bien vouloir*, nous retourner ce bon de commande dans les plus brefs délais...»
 —«Avec nos remerciements, veuillez agréer...»

Il est indispensable de connaître et d'employer ces formules à bon escient.

b) *Ecrit*: la présentation des textes écrits.

1. L'en-tête des lettres:

- Monsieur,
- Cher Monsieur,
- Monsieur et cher ami,
- Cher confrère et collègue,
- Monsieur le Président Général,
 (cf. modèles)
- Monsieur le Président Directeur Général...
- Monsieur le Ministre... (des Transports.)
- Monsieur l'Inspecteur des Douanes...

2. les formules finales

où l'on peut employer la série interminable des salutations

sincères, distinguées, amicales et autres (cf. manuels et exemples de lettres).

Nous répétons, il ne s'agit pas d'apprendre la fonction grammaticale de ces expressions, mais de les connaître, de les reconnaître, et d'avoir une idée correcte de leur emploi.

3. La *disposition* caractéristique des lettres et des télex
 - place du nom
 - place de l'adresse
 - place de l'en-tête
 - division en paragraphes
 - signature..., etc.

Pour cela, nous utiliserons, bien entendu, des documents authentiques français et espagnols, ce qui nous permettra d'étudier et de comprendre les différences pour produire et reproduire des lettres en classe.

Nous pouvons donc observer que l'aspect grammatical n'est pas le principal objectif: il débouche continuellement sur de nouvelles perspectives.

Nous devons penser que l'on communique pour dire quelque chose, donc, l'on ne cherche pas la perfection formelle. Nous devons donner un enseignement *rapide*, rechercher une compétence *efficace* et *rentable*, de la façon la plus complète possible dans la mesure de nos possibilités et de nos moyens.

C'est pour cela que nous n'avons pas étudié en solitaire le contenu grammatical strict indispensable à l'enseignement de notre matière: nous avons voulu montrer que les contenus linguistiques, thématiques, culturels, forment un tout que l'on ne peut séparer. Ils se complètent les uns les autres, et nous permettent de rendre notre enseignement plus REEL, et donc plus efficace.

Nous enseignerons à utiliser le français de la vie courante, de tous les jours, d'une façon simple dans un contexte précis et limité.

CHAPITRE VI

MÉTHODOLOGIE : ÉTUDE DÉVELOPPÉE DE QUELQUES POINTS SPÉCIFIQUES

(EXPLOITATION DE DOCUMENTS)

1. Proposition d'exploitation d'un point spécifique:
— *le téléphone*
2. Proposition d'exploitation d'un point spécifique:
— *le télex* (objectifs)
— description
— modèle
3. Proposition d'exploitation d'un point spécifique:
— *la lettre*
— présentation
— développement grammatical
— modèles
4. Proposition d'exploitation d'un point spécifique:
— *le document authentique*
— objectifs
5. Proposition d'exploitation d'un point spécifique:
— *le document vidéo* (objectifs)
6. Proposition d'exploitation de documents extraits de *différentes méthodes*:
— objectifs.

MÉTHODOLOGIE: ÉTUDE DÉVELOPPÉE DE QUELQUES
POINTS SPÉCIFIQUES

(EXPLOITATION DE DOCUMENTS)

Nous devons le plus souvent possible créer des situations dites
«AUTHENTIQUES» au moyen de:

- jeux de rôle
- dialogues en situations (cassettes)
- «mise en situation»:
 - arrivée dans un hôtel
 - arrivée dans une entreprise
 - de } ● entrevue secrétaire/directeur
 - langue différente } ● entrevue directeur/visiteur
 - préparation d'un voyage «d'affaires»
réel: à Perpignan par exemple.
 - réclamations
 - invitations
 - remplir:
 - chèques
 - dépliants
 - demandes d'informations
 - formulaires
 - factures
 - appels téléphoniques (cassettes), etc.

LE TELEPHONE

PROPOSITION D'EXPLOITATION D'UN POINT SPECIFIQUE: LE TELEPHONE

<i>Compréhension orale</i>	<i>Expression orale</i>	<i>Compréhension écrite</i>	<i>Expression écrite</i>	<i>Objectifs linguistiques</i>	<i>Activités</i>
— Comprendre une conversation téléphonique.	— Etablir un contact téléphonique (se présenter en tant qu'entreprise, saluer et demander de contacter avec quelqu'un.	— Interprétation et exécution d'un message.	— Rédiger un message, une note d'après la conversation téléphonique.	— Les présentatifs. — Le présent de l'indicatif. — Le vouvoiement. — Formules téléphoniques et de politesse. — L'impératif:	— Ecoute de conversations téléphoniques.
— Savoir utiliser le répondeur automatique.	— Transmission d'un message.	— Noter un rendez-vous dans un agenda... etc.	● passez-moi... ● Ne quittez pas...	— Epeler les noms et adresses des entreprises. — Lecture de n.º de téléphone.	— Jeux de rôle:
— Enregistrement d'un message.			— L'interrogation	● une standardiste. ● Rédaction d'un message.	
			● de la part de qui, ● A quel sujet?		

LE TELEX

PROPOSITION D'EXPLOITATION D'UN POINT SPECIFIQUE LE TELEX - DESCRIPTION

I. *Présentation*

Procéder à partir de plusieurs exemplaires en français et en espagnol.

1. Déchiffrement des codes:
 - du destinataire - en rouge
 - de l'expéditeur - en noir
2. 32 - le jour d'envoi du telex (selon les pays)
 - 1 = 1 Janvier
 - 20 = 20 Janvier
 - 32 = 1 Février
 - 365 = 31 Décembre
3. 16 08 - l'heure d'envoi du télex
4. Fin du télex: reprise des codes

II. *La «forme» du message télex*

- explicitation de l'objet, des références
- identification de l'expéditeur: Bonjour ici...
- message adressé à: —l'entreprise (sans indications spécif.)
 - » » —un département: att. dept. commercial
 - » » —un responsable anonyme: att. chef du...
 - » » —un responsable personnalisé:
att. M. Dubois

III. La «langue» du télex

- style télégraphique
- grande quantité d'abréviations: ns, mom, svp, att., etc.
- possibilité de dialoguer directement avec le correspondant
introduction d'éléments de l'oral: bonjour..., etc.

MODELE TELEX

16+08.5
98384 URU E5
98384 URU E
AUXIV0Y 780555F

BONJOUR ICI AUXI VOYAGES ORLEANS LE 12 SEPTEMBRE 1987

PASSAGE BATEAU BARCELONE / PALMA / BARCELONE

RESERVATION POUR GROUPE 20 PERSONNES

BARCELONE / PALMA LE SAMEDI 2 AVRIL 88 A 24 H 00

PALMA / BARCELONE LE MERCREDI 6 AVRIL A 12 H 00

PASSAGE EGALEMENT D UN AUTOCAR DE 8 METRES

MERCI DE NOUS CONFIRMER LE PRIX LE PLUS RAPIDEMENT POSSIBLE

DANS L ATTENTE ET AVEC NOS REMERCIEMENTS

SLTS

JACQUES GAUTIER
RESPONSABLE SERVICE GROUPES5
98384 URU E
AUXIV0Y 780555

PROPOSITION D'EXPLOITATION D'UN POINT SPECIFIQUE - LE TELEX

<i>Objectifs de communication</i>		<i>Objectifs linguistiques</i>	<i>Activités</i>
<i>Compréhension orale</i>	<i>Expression orale</i>	<i>Compréhension écrite</i>	<i>Expression écrite</i>
Lecture d'un télex.	Expliquer le contenu d'un télex.	Interprétation du message.	Réviser un télex à partir d'instructions orales ou écrites.
	— Déchiffrage du code de l'expéditeur, du destinataire.		Toujours en fonction du niveau des élèves.
	— Date et heure d'émission.		
		— Reconnaître les abréviations: ns, vs, mom, svp, tlx... etc. les développer.	— Lecture de télex avec grille.
		— Passage à l'écrit d'éléments caractéristiques de l'oral:	— Rédaction d'un télégramme, d'une conversation téléphonique.
		ex.: bonjour, merci, bonne fin de journée...	— D'instructions orales...
		— L'impératif.	
		— P. p. employé comme adjectif:	
		ex.: marchandise expédiée... etc.	

N. B. activités valables oral/écrit.

LA LETTRE

PROPOSITION D'EXPLOITATION D'UN POINT SPECIFIQUE: LA LETTRE

I. *Présentation*

1) *Repérage* des différentes parties de la lettre:

- qui envoie la lettre?
- destinataire?
- c'est une lettre: personnelle, adressée à un correspondant unique?
circulaire, destinée à un ensemble de personnes?
générale, destinée à une entreprise?
à un responsable anonyme d'une entreprise?
à un responsable personnalisé d'une entreprise?
- comment commence-t-elle?
- qui a écrit cette lettre?
Dans quel but? a) faire connaître son entreprise
b) pour attirer de nouveaux clients
c) pour obtenir des renseignements
d) pour fournir des renseignements
e) pour envoyer quelque chose
... etc.
- comment se termine la lettre?, formules de politesse des différentes lettres présentées.
- éléments «propres» d'une lettre commerciale (réf., PJ. - ...etc.)

2) *Disposition* des différentes parties en-tête, date, vedette, etc.

3) *Comparaison* entre les lettres «françaises» et «espagnoles» Messieurs, / Distinguidos Sres.: disposition de la vedette... (cf. doc. 1 et 2)

4) *Présentation* de l'enveloppe:

- ordinaire / à fenêtre
- adresse postale, boîte postale, CEDEX.

II. Développement grammatical

- expression de la date
- insister sur l'emploi généralisé de NOUS
- le présent de l'indicatif. Le verbe ENVOYER
- l'expression de l'objet par nominalisation
- formules pour l'appel
- formules de politesse (les plus courantes)
- la ponctuation..., etc.

III. Activités

- rédaction d'une lettre à partir d'un télex
- analyse d'une lettre à partir d'une grille
- comparaison entre une lettre et une circulaire
- création du papier à lettres pour une entreprise de leur choix..., etc

IV. Pour une étape plus avancée cf. p. 44

Présentation sous forme orale ou écrite.

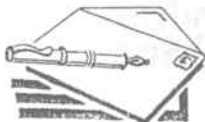
N.B. — l'exploitation sera différente selon les niveaux:

- 1.^o niveau: insistance sur la compréhension orale et écrite
- 2.^o niveau: insistance sur l'expression orale et écrite mais toujours simplifiée.

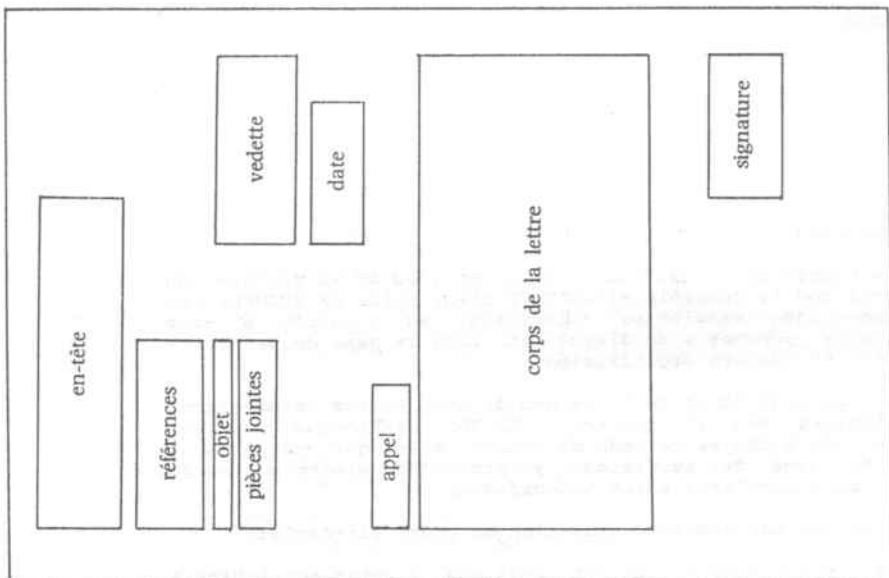
LA LETTRE (2) - proposition d'exploitation pour un niveau plus avancé

Objectifs de communication			Objectifs linguistiques	Activités
Compréhension orale	Expression orale	Compréhension écrite	Expression écrite	
Lecture d'une lettre	Résumer le contenu d'une lettre.	Comprendre une lettre et interpréter les consignes données.	<ul style="list-style-type: none"> — Demande d'information ou de documentation. — Acceptation/refus. — Confirmation. — Description d'un article. — Rédaction d'une lettre d'après les instructions données, écrites ou orales... etc. 	<ul style="list-style-type: none"> — Identification des différents services de l'entreprise (distribution du courrier à l'intérieur de l'entreprise). — Reconstitution du texte et mise en page d'une lettre en désordre. — Ecrire une lettre de demande d'information. — Ecrire une lettre à partir d'un télex ou d'un télégramme.
			<ul style="list-style-type: none"> — Acquisition du vocabulaire commercial à partir de la lettre. — Adjectifs et adverbies couramment employés (ex.: très vive, très grave, absolument impossible...) — Le présent, le passé et le futur de quelques verbes. — Les mots d'articulation du discours, la cause, la conséquence, l'opposition, la conclusion... etc. 	
				(Toujours de façon élémentaire)

Communiquer en français.



Voici comment sont disposées, en France, les différentes parties d'une lettre. Comparez avec les normes utilisées dans votre pays.



Belga Tours

Poace Louise, 4-1050 Bruxelles
tous voyages, individuels et groupes
Tél. : (02) 512 19 42 — Téléx : BELGAT 312 47 B

Vos réf. : T.S./R.C. 97

Nos réf. : V.P./A.L. 198

Objet : documentation

P.J.-Ann. : dépliant

Voyages du Mont Blanc
17, quai du Mont Blanc
0100 Genève
22 mai 19..

Messieurs,

Nous accusons réception de votre lettre du 16 mai dont nous vous remercions. Nous sommes en train de rassembler la documentation demandée. Nous l'enverrons par colis dès que possible.

Nous joignons à cette lettre notre dépliant général.

Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments dévoués.

Le directeur commercial



**Banco de Londres
y América del Sur**

AGENCIA CALVET
Calvet, 16/22

Rambla Catalunya, 123
08008 Barcelona
Apartado Postal 600
08080 Barcelona
Tel. (93) 237 42 40
Telex 54605
S.W.I.F.T. LINTESMM

SR.

Enero de 1.987.

080 BARCELONA

Muy Sr. nuestro:

Tenemos el gusto de dirigirnos a Vd. en calidad de su vinculación profesional con la compañía WINTERTHUR SDAD. SUIZA DE SEGUROS con la cual nos unen excelentes relaciones. En atención a esta circunstancia, ponemos a su disposición toda la gama de servicios y productos de nuestra organización.

BANCO DE LONDRES forma parte de uno de los grupos financieros internacionales más importantes, LLOYDS BANK, que mantiene relaciones con clientes en todo el mundo, a los que proporciona una amplia gama de servicios y productos profesionalmente diseñados para adaptarse a sus necesidades.

Es por ello que estamos en disposición de poder ofrecerle:

- Elevado rendimiento y liquidez para sus cuentas corrientes y depósitos a la vista. A través de nuestra cuenta RENDIFLEX usted podrá disponer mediante talonario de su dinero, por el que habría recibido un 7,75% neto durante el mes de Noviembre. Además, recibirá sus intereses mensualmente.

- Adecuada rentabilidad para sus ahorros, invirtiendo en:

- Pesetas, a través de instrumentos propios además de títulos públicos o privados de cualquier emisión. Podemos realizar por su cuenta con la máxima rapidez y eficacia cualquier operación de renta fija o variable en Bolsa.

- Divisas: le acercamos a Europa adquiriendo para usted títulos en el mercado de EURO BONOS, en Dólares, Yens, Marcos Alemanes, Francos Suizos, etc. Le adjuntamos tabla indicativa de rentabilidades obtenidas.

.../...

FILIAL DE LLOYDS BANK Pic.

con oficinas en

BARCELONA - BILBAO - MADRID - MARBELLA - SABADELL - SEVILLA - TENERIFE - VALENCIA

Sr. D.
AV.
080 BARCELONA

Barcelona, Noviembre 1987

Distinguido Sr.

Me dirijo a usted para informarle sobre dos fórmulas que le permitirán desgravar en su próxima declaración del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

Habitualmente, informaciones como la que ahora pongo a su disposición quedan reservadas a nuestros clientes. Sin embargo, en esta ocasión me complace ofrecerla también a usted, en el convencimiento de que podrá serle útil, Sr. MARTINEZ.

Permitame recomendarle un examen atento de la documentación adjunta. Verá que una de las fórmulas es especialmente adecuada para quienes proyecten adquirir, ampliar o rehabilitar su vivienda habitual. La otra, permite reunir importantes capitales a más largo plazo, sea cual sea su destino posterior.


Ambas fórmulas combinan una excelente rentabilidad y flexibilidad, con los máximos beneficios fiscales otorgados por la Ley en cada caso.

Probablemente, deseará usted ampliar la información que ahora le ofrezco. Considérenos a su disposición como si ya fuera usted uno de nuestros clientes habituales. Elija usted mismo el camino que prefiera:

- Solicítenos por correo que nos pongamos en contacto con usted. Devuélvanos la tarjeta de solicitud de información que encontrará en las páginas centrales de cada uno de los folletos adjuntos. Puede utilizar el sobre respuesta que acompañamos. No precisa sello.
- Infórmese llamando al teléfono 93-205 23 13 cualquier día laborable de 8 a 22 horas y los sábados por la mañana.
- Visítenos en cualquiera de nuestras oficinas.

Sea cual sea la forma de contacto que elija, será atendido con la eficacia y voluntad de servicio que deben exigirse a un banco moderno, ágil y próximo a sus clientes.

Esperamos que ésta sea una buena ocasión para demostrárselo. Entretanto, reciba mi más cordial saludo.



José Angel Merodio
Director General

ROSSIGNOL 

SKIS ROSSIGNOL DE ESPAÑA S. A.
Polígono Ind. Santa María 08271 ARTÉS Barcelona Tel. (93) 830 50 00 Télex 51898 Apartado de Correos 14 MANRESA

Artés, 27 Noviembre 1.987

Estimado esquiador:

Ante el inminente comienzo de la temporada de esquí 1987/88, te adjuntamos catálogo informativo de las novedades de Skis Rossignol y demás, así como información del Racing Club Rossignol, un club de esquiadores que ofrece ventajas exclusivas para sus miembros.

No dudes en visitar algún establecimiento para informarte.

Recibe un cordial saludo,



SKIS ROSSIGNOL DE ESPAÑA, S.A.

LE DOCUMENT AUTHENTIQUE

EXPLOITATION DE DOCUMENTS AUTHENTIQUES

A) INTRODUCTION

L'exploitation des documents du type formulaires, invitations, dépliants, publicité... vient s'insérer dans le cadre des situations «authentiques» que nous voulons provoquer. Le point de départ sera donc un cas précis, bien défini par l'enseignant (ex.: La banque X à Barcelona reçoit ce document. On vous demande d'en prendre connaissance et d'en expliquer le contenu).

Il faudra donc partir de situations réelles dans lesquelles interviendra essentiellement la *compréhension* générale du document et l'*expression*, éventuellement en langue maternelle. Il ne faut pas oublier que pour un employé qui travaille en Catalogne, c'est surtout la compréhension du document qui est prioritaire.

Il s'agira donc d'arriver à une compréhension globale, par le moyen des techniques de balayage et de repérage d'indices.

Proposition d'exploitation

Objectif: Savoir prendre connaissance d'un document et en expliquer le contenu (en français ou en langue maternelle).

1. Exercice de repérage: remplir la grille ci-dessous:
qui publie le document?
à qui est-il destiné?
de quoi parle le document?
pourquoi.....
.....
2. Identifier le document:
— brochure
— prospectus
— dépliant
— formulaire
— invitation
.....

3. Questions de compréhension:

Ces questions peuvent jouer le rôle d'«entrée» dans le texte s'il s'agit d'un document difficile.

A partir de la mise en page, de la typographie, des mots et éléments qui apparaissent plusieurs fois dans le texte, l'enseignant peut organiser un travail de découverte qui permettra à élève de répondre aux questions proposées dans la grille.

4. Expression (orale et écrite)

- Expliquer le contenu du document (en français ou en langue maternelle)
- Résumer par écrit le contenu du document (en français ou en langue maternelle)
- Remplir ou compléter le document
- Développer un point concret
- Créer un document similaire
- Comparer avec un document en langue maternelle.

B) *EXPLOITATION*

1. *Matériel:*

- 1 feuille d'inscription à 1 centre international d'étudiants: I
- divers documents bancaires: II, IIa, IIb, IIc
- 1 publicité: III, comportant du vocabulaire bancaire et autre.

2. *Méthodologie:*

A) *Mise en train:* A l'aide des documents I et III mettre l'élève en situation réelle, c'est à dire lui faire jouer le rôle d'un (e) jeune espagnol (e), désirant s'initier ou se perfectionner en français commercial ou faire un stage en France. (Savoir remplir un bulletin d'inscription.)

B) *Exploitation de documents I et III*

- a) 1.° lecture globale.
- b) donner le vocabulaire spécifique: chercher des équivalences et éventuellement recourir à la traduction pour les termes techniques.
- c) 2.° lecture: compréhension totale avec explication; poser les questions où, quand, comment, pourquoi, etc., peut-on se trouver en présence de ces documents, à quoi servent-ils?

C) *Exploitation de documents spécifiques à la banque*
Documents IIa, IIb, IIc, IId.

— Faire remplir les documents par les élèves après les leur avoir expliqués à l'aide du vocabulaire spécifique

Document IIa: Choisir une somme: ex.: 45.850 Ptas. Révision (virement) des chiffres et des nombres à l'écrit et à l'oral en insistant sur la prononciation.
Remplir le document.

Document IIb: Idem.

Document IIc: Inventer le contenu d'une facture. On peut se servir d'une facture espagnole et la traduire. Faire attention à ce que la facture (si on l'invente) soit le plus près possible de la réalité du pays.

Document IId: Remplir la feuille simplement à l'aide du lexique et réemploi des chiffres (orthographe et prononciation).

D) *Exploitation du document n.º IV*

Mandat de poste international.

Exploitation: idem documents précédents.

LEXIQUE

<i>Référence</i>	<i>Contenu</i>	<i>Equival. en espagnol</i>
<i>I Bulletin d'inscription</i>	Indicatif Budget numéro matricule Bénéficiaire Indemnité en cas de décès lien de parenté à défaut à remplir par le boursier	Folleto de inscripción Indicativo Presupuesto N.º de identificación Beneficiario Indemnización en caso de defunción grado de parentesco en su defecto a a rellenar por el becario
<i>IIa</i>	Remise de chèque (quand on veut verser de l'argent sur son compte sous forme de chèque) Siège social	entrega de cheque Razón social

<i>Référence</i>	<i>Contenu</i>	<i>Equival. en espagnol</i>
	Montant	Total del importe
	Tireur	El que firma el cheque
	Tirer un chèque	Hacer un cheque
	Compensable à Paris	Se puede cobrar en París
	Compenser un chèque	Cobrar en efectivo un talón
<i>I Ib</i>	Versement d'espèces Créditer un compte (pour être porté au crédit du compte)	Entrega en efectivo Ingresar dinero en la cuenta
<i>I Ic</i>	Détail du versement	Detalle de la entrega en efectivo
<i>I Id</i>	Avis de domiciliation Echéance Le débit Veuillez payer les effets ci-dessus par le débit de mon compte	Aviso de domiciliación de cobro Vencimiento Orden de pago Páguese los efectos arriba mencionados con cargo a mi cuenta
<i>III Chèque-resto</i>	Plat-garni	Vale restaurante plato del día
<i>IV Mandat de poste international</i>	Montant en monnaie étrangère cours du change bureau d'émission	Giro postal internacional Suma en moneda extranjera Valor del cambio Oficina de correos donde se ha emitido el giro

CONCLUSION

Ces documents authentiques ne sont qu'un petit exemple de toutes les possibilités que peuvent offrir les différents exemplaires pris au hasard dans le domaine du français commercial.

CENTRE INTERNATIONAL DES
ETUDIANTS ET STAGIAIRES
C.I.E.S.

28, rue de la Grange aux Belles
PARIS 10^e

BULLETIN D'INSCRIPTION

Monsieur, Madame, Mademoiselle (rayer les mentions inutiles)

INDICATIF

Budget Pays Matri.

IDENTITE

Nom
Prénom

(en lettres capitales d'imprimerie - une lettre par case dans l'ordre exact porté sur le passeport)

Date de naissance :
Pays d'origine :
Adresse dans le pays d'origine :

Lieu de naissance :
NO de passeport ou de carte d'identité :

Arrivé le par Vol n°

UNIONEMENT pour boursiers couverts
par garantie risques sociaux

Bénéficiaire de l'indemnité en cas de décès :

1

Adresse

2 (à défaut)

Adresse

lien de parenté.....

lien de parenté.....

Paris, le
Signature :

FORMATION

Stage ou études

Lieu de formation :

Durée

Agence bancaire

Niveau : Code :
NO d'Académie :
Début Fin



Union de Banques à Paris

Siège Social : 22, place de la Madeleine
PARIS 8^e - R.C.S. PARIS B 542 076 831

Remise de chèques

COMPENSABLE A PARIS

(Voir remarque en bas et à droite)

SUR LA PROVINCE

* Cocher la case concernée.

Le : _____
Signature

Par (éventuellement)

Pour le crédit du compte ci-dessous

RENVOIS

1 - Indiquer le montant de chaque chèque.
2 - Il faut indiquer les initiales de l'établissement bancaire.
3 - Indiquer le nom de la ville ou de la commune.

La présente remise sera portée à votre crédit, sauf bonne fin d'encaissement par votre banque. Elle sera présentée à votre banque pour le contrôle du contenu de la remise, ne peut valoir reconnaissance du montant et du montant des chèques qui y sont portés. Il est expressément convenu que cette remise garantit les sommes dues en compte, ainsi que tous les autres engagements que vous avez avec notre établissement.

Montant (1)	Banque (2)	Ville (3)	Tireur
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			

REMARQUE DEFINITION DU CHEQUE COMPENSABLE :
Les chèques compensables sont ceux TIRÉS SUR UNE AGENCE DE LA REGION PARISIENNE et portant la mention COMPENSABLE A PARIS à côté du cadre où est inscrit le lieu de paiement.

**Pièce
comptable
crédit**

Agence	Numéro de compte	Clé	Intitulé du compte (Nom du client)	Codification	Montant postmarque
					Réservé à la banque



Union de Banques à Paris

Siège Social : 22, Place de la Madeleine
PARIS 8^e - RCS PARIS B 542 076 831

Versement d'espèces

Montant en lettres

Montant

(Éventuellement) effectué par
pour être porté au crédit du compte ci-dessous

Le 19

Signature

Agence	Numéro de compte	Ci é	Intitulé du compte (Nom du client)	Contrôle



CREDIT COMMERCIAL DE FRANCE

Société Anonyme, capital 899.038.700 F / R.C.S. Paris B 775 670 284
Siège social : 103, Champs-Élysées 75008 Paris / Telex CCF x 630300 F

VERSEMENT D'ESPECES (1)

Nom du déposant :

Nom du bénéficiaire :

Date : Signature du déposant :

DETAIL DU VERSEMENT

	Nombre		MONTANT
BILLETS		500 F	
		200	
		100	
		50	
		20	
		10	
PIECES		100	
		50	
		10	
		5	
		2	
		1	
		0,50	
		0,20	
		0,10	
		0,05	
	0,02		
		TOTAL	
		à rendre	

N° du compte à CREDITER (2)	Code	VALEUR	NET
	48		F



Le présent feuillet doit être conservé par vous ou restitué par notre guichet à votre porteur revêtu de l'empreinte d'une caisse enregistreuse ou de l'authentification du guichet.

(1) Versement d'espèces au profit d'un compte tenu dans le guichet recevant le dépôt. Si le versement est fait au profit d'un compte tenu dans un autre guichet CCF veuillez utiliser le bordereau mod. 15570 50

(2) Bien préciser les 10 chiffres du N° de compte.



Avis de Domiciliation

Union de Banques à Paris

Siège Social : 22, place de la Madeleine - 75381 PARIS Cedex 08 - R.C.S. PARIS B 542 076 831 - APE 8902

**REMARQUES
IMPORTANTES**

A FAIRE PARVENIR A LA BANQUE 5 JOURS AVANT L'ÉCHÉANCE
ÉTABLIR UN AVIS PAR ÉCHÉANCE, LES SOMMES CLASSÉES PAR TIREUR
ÉTABLIR ÉGALEMENT DES BORDEREAUX SÉPARÉS POUR LES TRAITES ORDINAIRES ET LES L.C.R.

Échéance	Acc.	Non.A	Tireur	Montant

Veuillez payer les effets ci-dessus
par le débit de mon compte

--

Date	Signature

Agence	Numéro de compte	Clé	Intitulé du compte (Nom du client)

Ca B1 / C 37
AVRIL 85



EN LIBRE-SERVICE
(au choix)

12.50 F à 16.50 F à 12.50 F à 10.50 F
15 Entrées
18 Dégustations
15 Boissons

63 Boulevard Saint-Michel 75005 Paris - 26 Rue Soufflot 75005 Paris - Tél. 43 54 15 20

Avec ce **CHÈQUE-RESTO/VACANCES**

Votre BOISSON à 10.50 F vous est OFFERTE !...
(YOUR DRINK FREE)

Offre valable pour 1 plateau jusqu'au 30 Septembre 1987 / de 11 h. à 11h45 et de 18 h. à 19h30 h.

R.C. PARIS B 333 251 00021 Ne pas jeter sur la voie publique Point Image - Paris - 1/42 81 05 22

COUPON destiné au titulaire
du CCP n° _____

ADMINISTRATION DES POSTES
DE FRANCE

MANDAT DE VERSEMENT INTERNATIONAL MP 16

Montant en monnaie étrangère
(en chiffres)

Date d'émission

Nom et adresse de l'expéditeur

Montant en monnaie étrangère (en chiffres)

(En toutes lettres)

Cours du change¹

Somme créée¹

S'il y a lieu
application des
timbres-poste ou
indication de
la taxe perçue

Num du bénéficiaire

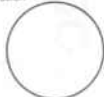
CCP n°

Bureau de chèques

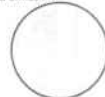
Pays de destination

¹ A porter par l'Administration
de paiement lorsqu'elle
opère la conversion.

Timbre du bureau
d'émission



Timbre du bureau
d'émission



Indications du bureau d'émission

N° du mandat

FF

Somme versée

Bureau

Date

Signature de l'agent

DESTINATAIRE

CCP n° _____

Centre de _____

EXPÉDITEUR

FF

MONTANT

Destination

Cadre réservé au service des chèques postaux

Timbre du bureau de chèques
postaux qui a porté le mandat
au crédit du compte courant
postal du bénéficiaire.

AN 1404 MP 16 - N° 3 11288 M 13 0

COUPON

(Peut être détaché par le bénéficiaire)

ADMINISTRATION DES POSTES
DE FRANCE

MANDAT DE POSTE INTERNATIONAL MP 1

Montant en monnaie étrangère
(en chiffres)

Date d'émission

Nom et adresse de l'expéditeur

--

--

--

Montant en monnaie étrangère (en chiffres)

(En toutes lettres)

--

--	--

Nom du bénéficiaire

Rue et n°

Lieu de destination

Pays de destination

Cours du change¹Somme payée¹

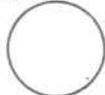
S'il y a lieu application des timbres-poste ou indication de la taxe perçue

¹ A porter, par l'Administration de paiement lorsqu'elle opère la conversion.

Timbre du bureau d'émission



Timbre du bureau d'émission



Indications du bureau d'émission

N° du mandat

Somme versée

FRF

Date

Bureau

Signature de l'agent

N° 1405. — IN 5 112309 M 91 D

DESTINATAIRE

EXPÉDITEUR

MONTANT
FRF | Destination

Cadre réservé aux endossements, s'il y a lieu

Quittance du bénéficiaire

Reçu la somme indiquée d'autre part

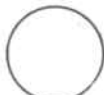
Lieu et date

Signature du bénéficiaire

Registre d'arrivée

N°

Timbre du bureau payeur



Mandat. Fr.

art. 104, § 1 — Dimensions : 148 x 106 mm, couleur rose

DOCUMENT VIDEO

PROPOSITION D'EXPLOITATION D'UN POINT SPECIFIQUE LE DOCUMENT VIDEO

1. *Document choisi: LE DOCUMENT VIDEO DE PUBLICITE,*
Ed. Hachette.

Comme il y a plus de 40 spots, il convient de sélectionner les plus simples, ceux où le message oral est très clair et le message écrit restreint et donc facile à retrouver par les élèves sans l'aide du professeur.

On peut exploiter un maximum de 4 à 5 publicités par session.

- Faire d'abord regarder puis écouter 3 fois sans commenter.
- Demander aux élèves de deviner le produit lancé (ce qui est assez facile, sauf s'il s'agit d'un produit d'une marque inconnue en Espagne ou si le spot est très court).
- Demander ensuite (en large maternelle ou en français si le niveau le permet), sur quelle particularité du produit est mis l'accent, soit d'après quelques mots que les élèves ont choisis, soit d'après le message écrit.
- Expliquer et recomposer le message écrit, qui est en somme la synthèse des images et des paroles publicitaires et qui va servir de modèle pour le travail postérieur.
- Essayer de retrouver le message oral pour aider à la compréhension de la synthèse et pour introduire le vocabulaire et les constructions propres au langage publicitaire.

2. *Application*

A partir du travail fait en classe, nous demanderons aux élèves d'essayer à leur tour de lancer un nouveau produit sur le marché:

- a. Penser d'abord aux caractéristiques à mettre en valeur et chercher les noms et les adjectifs qui pourront le mieux les exprimer.

- b. Commencer à chercher le message écrit qui se composera de phrases courtes à constructions simples.
- c. Illustrer le message publicitaire avec des photos découpées dans diverses revues pour réaliser une sorte de collage.

3. Autre vidéo à exploiter

On peut utiliser certains passages de «AVEC PLAISIR»

Choisissons, par exemple, le passage où Martine, journaliste stagiaire à Lyon Matin, va visiter des stands à la foire aux meubles. Elle fait un interview à quelques responsables qui lui expliquent brièvement l'importance de cette foire pour les nouveaux meubles que leur industrie veut présenter au public: avantages publicitaires, possibilité d'augmentation des ventes, prospection des marchés concurrents, etc.

On peut proposer de faire retrouver les questions posées par Martine et les appliquer à d'autres situations: le Salon de l'automobile, de l'alimentation, une visite dans une entreprise privée, etc.

A partir de là, l'on peut essayer de faire rédiger une lettre circulaire d'une firme qui propose à ses clients un nouveau produit et en explique ses principales caractéristiques ainsi que les conditions de vente.

On peut trouver des modèles simples de ce genre de lettres dans le livre de Max Dany, «Le français des employés».

EXPLOITATION D'UN POINT SPECIFIQUE - UN DOCUMENT VIDEO

	<i>Objectifs de communication</i>	<i>Expression orale</i>	<i>Compréhension écrite</i>	<i>Expression écrite</i>	<i>Objectifs linguistiques</i>	<i>Activités</i>
<i>Compréhension orale</i>	— Comprendre le message publicitaire parlé.	— Savoir expliquer les particularités les plus importantes du produit lancé.	— Comprendre et interpréter le message publicitaire écrit.	— Recomposer le message écrit vu sur le video.	— la phrase publicitaire courte et frappante.	— Lancer un nouveau produit sur le marché: on illustre le message publicitaire préalablement travaillé avec un collage.
			— S'initier à des messages publicitaires écrits pour un produit qu'on veut lancer.		— Comment choisir les mots précis pour mettre en valeur une qualité particulière d'un produit.	
					— travailler le temps du verbe: l'impratif, le futur, le présent le conditionnel simple.	
					— L'expression de la suggestion avec si.	
					— Le vocabulaire poétique ou technique suivant la publicité.	

EXTRAITS DE DIFFERENTES METHODES

PROPOSITION D'EXPLOITATION DE DOCUMENTS EXTRAITS DE DIFFERENTES METHODES

A part d'excellents traités de français du commerce comme:

- INTRODUCTION AU FRANÇAIS COMMERCIAL: B. Cresson, Ed. Didier.
- LE FRANÇAIS DES EMPLOYES, COMMERCE, INDUSTRIE: M. Dany, C. Noé, Ed. Hachette.
- LE FRANÇAIS COMMERCIAL: G. Mauger, S. Charon, Ed. Larousse.
- LE FRANÇAIS COMMERCIAL: M. Danilo, O. Challe, P. Morel; Presse Pocket.
- etc.

il existe aussi, dans les manuels scolaires de langue française, des textes parfaitement exploitables dans les cours de français commercial; par exemple dans:

- LES JEUNES AUJOURD-HUI: 3.er curso de lengua francesa, G. Puig, E. Roca; Ed. Vives.
«les jeunes et le travail» P. 26-27 dossier 2
- NOUVEAUX EXERCICES DE GRAMMAIRE: G. D. Salins, S. Dupré la Tour; E. Hatier.
«Pages publicitaires» P. 21-24-25
«le marché du travail» P. 103 à 109
- COMMENT DIRE?: B. Job, B. Mila; Ed. Clé International.
«demander un complément d'information» EX. 1-2 p.6
- C'EST FACILE A DIRE: G. Capelle, F. Grellet; Ed Hatier.
«Invitations, offres, acceptations, refus» AP 1/5 1/6 1/7
«Requêtes, ordres, directives» AP 2/1, 2/2
«Suggestions, conseil, menaces» AP 3/1, 3/3
«Intentions, désirs, volonté» AP 5/1, 5/2
«Remerciements excuses» AP 4/1, 4/3, 4/4, 1/5, 4/6
«Inquiétude, surprise» AP 7/5

- «Satisfaction, mécontentement» AP 9/2, 9/3, 9/4
- «Plaintes, protestations» AP 10/1
- «Probabilité» AP 14/2
- «Capacité, possibilité» AP 15/1
- SANS FRONTIERES I: M. Verdelhan, Ph. Dominique; Ed. Clé Int.
 - «Le rendez-vous» 1/3
 - «Vivre et travailler à Evry» 2/1
- SANS FRONTIERES II: idem.
 - «Exercices de vocabulaire: un télégramme, le téléphone, échanges», p. 6
 - «Projets d'avenir» 2/5, p. 86, 87, 88
 - «Exercices écrits et de prise de parole» p. 103, 105, 108
 - «Exercices écrits et de prise de parole» 3/4, p. 129, 130
 - «Exercices de vocabulaire» p. 136
- ECRIVONS-LE: M.T. Moget, J. Colson, A. Moget, P. Neveu, Hatier-Didier.
- BIEN REÇU: J. Blanc, J.M. Cartier, P. Nederlin; Ed. Clé Int.
 - «CHAPITRES 1-9-11-13-15-16-19-20»
- HORIZON I: G. Puig, M. Berthelot; Ed. Vicens Vives.
 - «Exercices fonctionnels» P. 94, 95
 - «Textes et documents» p. 98, 99
- HORIZON II: idem.
 - «Au téléphone» p. 14, 16, 17, 18
 - «A la recherche d'un travail» p. 110, 111, 112, 113, 114

PROPOSITION D'EXPLOITATION DES EXTRAITS DES METHODES

Objectifs
linguistiques

Objectifs de communication

Activités

Compréhension
orale

Expression
orale

Compréhension
écrite

Expression
écrite

La plupart des textes proposés sont enregistrés. D'une à trois minutes sont rapportés, suffisantes, suivant la difficulté, pour la compréhension totale par l'élève.

Après l'écoute du texte, il est souhaitable que l'élève fasse un rapport oral de ce qu'il a compris, en prenant à être clair et précis. On peut employer le style indirect (toujours à niveau élémentaire).

Lecture et compréhension des textes écrits: lettres, télégrammes, rapports..., etc., synthétiser le contenu du texte.

Rédiger une lettre, un message, un telex, un télégramme.

Suivant le texte et ses possibilités d'exploitation le professeur choisira son objectif linguistique: expression de l'obligation, l'ordre, la suggestion, le remerciement, le mécontentement..., etc.

Créer un jeu de rôles et faire de la classe une banque, une agence de voyage..., etc.

CONCLUSION

CONCLUSION

Nous avons essayé de démontrer que l'apprentissage d'un français de spécialité dans le cadre d'une E.A.T.P. demandait une attitude différente de la part du professeur et des élèves.

Il ne s'agit plus d'enseigner prioritairement «langue-culture-civilisation» d'une façon plus ou moins académique pour donner à nos élèves une connaissance de base linguistico-culturelle, mais d'enseigner d'une façon pratique quelques notions d'une langue employée à des fins, ici, commerciales. Nous ne dépasserons pas un premier degré, nos élèves pouvant dans un futur, s'ils le désirent se spécialiser et se perfectionner.

Comme l'a écrit *Max Dany*, nous ne devons pas oublier que: «La langue étrangère ne cherche pas à donner la maîtrise des concepts acquis en langue maternelle, mais à permettre à l'apprenant de dégager les modes d'expression spécialisées connus dans sa langue maternelle.»

Donc, nous avons insisté sur:

- la «réception» plutôt que sur la production,
- l'accès à l'information,
- la *compréhension* en lignes générales du contenu plutôt que sur la traduction,
- une «approche», plutôt qu'une connaissance formelle pour donner un «outil de travail» à nos élèves,

c'est à dire:

- parler et comprendre dans des situations de communications professionnelles simples données,
- créer des possibilités d'approfondissement des connaissances suivant les besoins que les apprenants pourront avoir au cours d'études postérieures.

Nous avons voulu composer ce dossier pour aider les professeurs qui ont choisi et choisiront cette E.A.T.P. de *français commercial* et qui désirent se perfectionner dans une matière qui entre parfaitement dans le cadre de la Réforme de *l'enseignement secondaire* (crédit) de par son caractère technico-professionnel qui ouvre des débouchés intéressants sur le monde du travail.

De plus, dans les circonstances actuelles, les E.A.T.P. permettent l'introduction d'une seconde langue étrangère dans le cursus du Baccalauréat, 2ème langue pour laquelle les professeurs de français luttent depuis de longues années et qui nous semble indispensable dans un enseignement secondaire de niveau Européen.

En effet, ce genre de matière pourrait, dans un futur être adapté à l'enseignement d'une seconde langue à option ou obligatoire — nous voulons l'espérer — que ce soit dans notre B.U.P actuel ou dans le nouveau plan d'études. Cette seconde langue, pour la différencier de la première, pourrait s'orienter vers une spécialisation: affaires, commerce, interprétariat, tourisme, etc... suscitant de la sorte une plus grande motivation chez les élèves.

Cette spécialisation enleverait le caractère répétitif d'un même genre d'enseignement pour une première et une seconde langue.

En attendant «des jours meilleurs», l'introduction d'une E.A.T.P. de français de spécialité nous permet d'approcher une seconde langue et par là, d'enrichir notre personnalité, car connaître des langues nous permet, de progresser dans notre vie professionnelle, d'accéder à des postes plus importants, de voyager, d'établir plus de contacts sans problèmes, de communiquer, de mieux comprendre une façon de vivre, une façon d'être.

Nous ne pouvons oublier que le français est l'une des trois langues du monde les plus employées et que l'on parle le français sur toute la planète: Europe - Amérique - Afrique - Asie.

Ces arguments que nous connaissons bien, pourront nous aider à mieux persuader parents, élèves, collègues et supérieurs.

Nous espérons que ce dossier pourra vous être utile, qu'il saura vous aider dans un enseignement nouveau et qu'il aidera à augmenter le nombre des élèves qui voudraient apprendre le français pour compléter un enseignement qui ne propose qu'une seule langue étrangère obligatoire.

La variété des documents présentés, la facilité de les renouveler, de les acquérir, de les utiliser, leur simplicité, font que les élèves sont aussitôt intéressés par cette nouvelle façon d'apprendre une langue, qu'ils arrivent à comprendre très vite. La motivation est ainsi créée pour le professeur et pour les élèves, en effet,

quel est en réalité notre propos, si ce n'est, pour répéter ce que disait au Siècle d'Or, *Tirso de Molina*; «enseñar deleytando»?

Il serait souhaitable qu'il existe au moins une E.A.T.P. de français de spécialité dans chaque Lycée et collège, nous serions ainsi, en avance, sur un futur projet d'enseignement qui ne pourra oublier l'importance des langues vivantes pour la génération du xxième siècle.

BIBLIOGRAPHIE

A. *Manuels*

- Le français commercial.
O. Challe, M. Danilo, P. Morel
PRESSES POCKET, 1985
- Le français du secrétariat commercial.
M. Dany, J. Géliot, M. Parizet
HACHETTE, 1977
- Le français de la banque.
M. Dany, I. de Renty, A. Rey
HACHETTE, 1978
- Le français de l'hôtellerie et du tourisme.
M. Dany, J.R. Laloy
HACHETTE, 1980
- Le français des relations internationales.
M. Dany, N. Clément-Rondepierre, L. Dollot, C. Poulet
HACHETTE, 1983
- Le français des hommes d'affaires.
M. Dany, A. Peberieux, I. de Renty
HACHETTE, 1975. 6 cassettes.
- Le français commercial: manuel
J. Charon, G. Mauger
LAROUSSE, 1975
- Les affaires en français.
J.P. Bajard, C. Sibiende
HATIER INTERNATIONAL, 1987

B. *Civilisation*

- Les Français et la France d'aujourd'hui.
Documents et civilisation, HACHETTE, 1976

- La France et les Français.
Piem, Tomiche
DOCUMENTATION FRANÇAISE, 1980
- Civilisation française quotidienne.
M. Paoletti, R. Steele
HATIER, 1983
- Nouveau guide France
Michaud, Torrès
HACHETTE, 1982
- Regards sur la civilisation française.
J. Schultz
CLE INTERNATIONAL, 1980
- France.
J.R. Leselbaum, P. Martinet
DOCUMENTATION FRANÇAISE, 1984
- Tours de France.
J.C. Beacco, S. Lieutaud
HACHETTE, 1985

C. *Expression orale et écrite*

- Parler et convaincre.
G. Vigner
HACHETTE, Collection Outils, 1979
- Ecrire à tout le monde.
R. Lichet
HACHETTE, Collection Outils, 1979
- Ecrire et convaincre.
G. Vigner
HACHETTE, Collection Outils, 1975
- Parler pour...
F. Weiss, P.M. Jörgens, C. Bogdahn
HACHETTE, 1982
- Le passage à l'écrit: niveau 2
C. Lavenne, E. Bérard-Lavenne
CLE INTERNATIONAL, 1978
- Ecritures 1, 2, 3.
G. Capelle, F. Grelet
HACHETTE
- C'est facile à dire!
G. Capelle, F. Grelet
HATIER, 1982

- A comme...
A. Reboullet, J.-J. Frèche
HACHETTE, 1979
- Ecoute, Ecoute.
Objectif comprendre
C.R.A.P.E.L.
DIDIER, 1986
- Ecrivons-le!
M.T. Moget
HATIER-DIDIER, 1986
- Bien reçu.
J. Blanc, J.M. Cartier, P. Lederlin
CLE INTERNATIONAL, 1987

D. *Pratique commerciale/entreprise*

- Connaissance de l'entreprise, documents commerciaux.
A. Holveck, C. Mull, A. Neusch, P. Reinbold
DELAGRAVE, 1985
- Découverte de l'entreprise.
M. Roy
HATIER, Collection Profil, 1981
- Economie et organisation des entreprises (séries G)
Orsini
VUIBERT, Collection le bac en poche
- Cours de Commerce. Les entreprises commerciales.
A. Rapin
DUNOD, 1980
- De A à Z: 26 thèmes de travaux d'application
(méthodes administratives et commerciales, 1.^o G)
O. Girault
FOUCHER, 1985
- Et, en général, les manuels d'initiation à l'économie
des sections B et G des lycées et collèges
FOUCHER, Ed. d'ORGANISATION, BORDAS, etc.

E. *Faits économiques et sociaux*

- Francoscopie (Les Français: qui sont-ils? où vont-ils?)
G. Mermet

- LAROUSSE, 1985
- Manuels d'histoire-géographie:
nouveaux programmes, classe de 3^{ème}
BELIN, BORDAS, HATIER, NATHAN, etc.
 - Manuels de géographie de 1^{ère} (nouveau programme).
BELIN, BORDAS et tous les éditeurs scolaires
 - Actualités géographiques et économiques de la France.
Désiré, Previst, Lemerçier
BELIN, 1980
 - Initiation économique et sociale:
nouveaux programmes (classes de seconde)
HATIER, MAGNARD, FOUCHER et tous les éditeurs scolaires.
 - Initiation à l'économie générale BEP 1
M. Sallée
DUNOD, 1984
 - L'économie française.
M. Baleste
MASSON, Collection MASSON Géographie, 1986.
 - T.E.F.: les tableaux de l'économie française.
(parution annuelle)
I.N.S.E.E.
 - Profil économique de la France au seuil des années 80
Pagé et al.
DOCUMENTATION FRANÇAISE, 1981
 - Collection «Que sais-je?» (nombreux titres).
 - QUID 198...
D. et M. Frémy
LAFFONT, parution annuelle
 - Faits et chiffres, aide-mémoire de la vie économique.
(parution annuelle en décembre)
NOUVEL OBSERVATEUR
 - Obélix et compagnie.
R. Goscinny, Uderzo
DARGAUD, 1976
 - L'état de la France et ses habitants.
J.Y. Potel
DECOUVERTE, 1985
 - Panorama de l'économie française.
P. Arnaud
ECORAMA, 1985

F. *Rédaction professionnelle*

- Correspondance et techniques d'expression professionnelles
BEP 2.
FOUCHER, 1985
- La rédaction du courrier, 1ère G
O. Girault
FOUCHER, 1983
- Documents commerciaux.
P. Quellet, F. Delvalat
SIREY, 1984
- Travaux professionnels sur documents commerciaux 1, 2.
N. Meunier, G. Coadou
FOUCHER, 1978
- Corrigés disponibles.

G. *Dictionnaires*

- Petit dictionnaire du commerce extérieur.
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS, 1982
- Dixeco de l'économie.
CENECO
DUNOD, 1983
- Dixeco de l'entreprise.
CENECO
DUNOD, 1984
- Dictionnaire commercial.
Conseil International de la Langue Française, 1979
- Dictionnaire de l'espagnol économique et commercial.
J. Chapron, P. Gerboin
GARNIER, ème trim. 1985
- Les banques et de nombreux organismes éditent des lexiques vocabulaires, et, en général, des documents variés fort intéressants qui sont, le plus souvent, distribués gratuitement.

BIBLIOGRAPHIE ADAPTEE DE LA
«BIBLIOGRAPHIE DU FRANÇAIS DES AFFAIRES
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS»

H. *Matériel disponible à l'inspection*

- Originaux des documents ayant servi à l'élaboration de ce dossier.
- Casette-Video de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, plus Dossier d'exploitation pédagogique.
- Dossiers et matériel divers donnés par M. Dany et M. Drouère lors de leurs interventions à Barcelone.
- Documents authentiques divers.

PRODUCTIONS D'ÉLÈVES OBTENUES À PARTIR DES DIRECTIVES EXPOSÉES DANS CE TRAVAIL

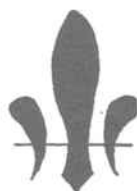
Exercices réalisés par des élèves de 2.º année de EATP (3.º de BUP)
Professeur: Joana Vidal

N.B. Ces exercices ne sont évidemment pas corrigés

— Les exercices des p. 79-82-83 ont été réalisés par des élèves d'anglais première langue

Vemi S.A.

Diagonal, 369
08009 BARCELONA
Tel. 463.21.87



Boutique Sant
Sant, 322
08028 BARCELONA

Barcelona, le 20 février 1988

Messieurs,

Nous vous écrivons pour vous annoncer l'inauguration de notre entreprise Vemi, S.A.

Vemi, S.A. est spécialisé en vêtements prêt-à-porter pour homme et pour femme.

Nous vous écrivons pour vous inviter à visiter notre entreprise sans aucun engagement de votre part.

Notre entreprise vous offre la possibilité d'acheter produits pour être vendus à vos boutiques.

Veuillez agréer, Messieurs, l'expression de nos salutations distinguées.

Le chef de Marketing

Nemi S.A.

Diagonal, 369
08009 BARCELONA
Tel. 463.21.87



Madame. Monsieur,

Nous vous informons de notre présence dans le Saló Gaudí
Femme, dans le stand n.º 23.

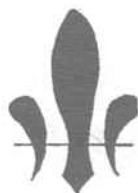
Nous vous invitons à visiter notre stand et toute notre meilleure
mode.

Merci pour votre attention,

Chef du Ventes

Vemi S.A.

Diagonal, 369
08009 BARCELONA
Tel. 463.21.87



Des journaux
Des boutiques

P.J.: Une invitation

Barcelone, le 23 février 1988

Madame, Monsieur,

Nous nous permettons vous présenter l'inauguration de l'entreprise VEMI, S.A. les prochains jours: 27, 28 et 29 avril 1988 au Palais des Congrès (Avenue Reina M.^a Cristina), a laquelle vous êtes invités.

Dans cette inauguration, on exposera les produits de mode prêt-à-porter pour homme et pour femme de l'été prochain. Là vous pourrez voir la ligne que suit notre exposition et votre curiosité sera satisfaite. Nous sommes sûrs que notre exposition vous intéressera aussi si bien à niveau professionnel qu'à niveau personnel.

Dans l'attente de votre visite et de vous offrir nous meilleurs services, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, en nous sentiments les meilleurs.

VEMI, S.A.

Vemi S.A.

Diagonal, 369
08009 BARCELONA
Tel. 463.21.87



Palais des Congrès
Av. Reina M.^a Cristina, s/n.
08004 BARCELONE

OBJET: Une réservation

Barcelone, le 23 février 1988

Messieurs,

Comme nous sommes en train de lancer notre entreprise, VEMI S.A., nous voulons réserver un stand pour faire une exposition. Cette exposition nous permettra faire connaître l'entreprise et nous pourrons exposer nos produits de mode, dame-homme, aux acheteurs.

Si c'est possible, nous voulons faire cette exposition (de durée 2 ou 3 jours) à la fin du mois d'avril.

Nous désirerions un espace de 600 à 800 m², lequel, avec votre service de planification, nous repartirons selon les départements que nous pensons faire (inclus un lieu pour un défilé de modèles). Nous laissons dans vos mains la contratation des hôtes, des interprètes, la décoration, l'illumination, les cocktails, le montage et le démontage de l'exposition et tous ces petits détails que nous précisons plus tard.

Finalment, nous avons décidé de faire une conférence pour informer directement les assistants de l'exposition, donc nous vous louerons un salle de 340 places.

Dans l'attente de votre réponse, la plus rapide, sur cette réservation et le coût de se projet; nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

VEMI. S.A.

Nemi S.A.

Diagonal, 369
08009 BARCELONA
Tel. 463.21.87



La Parada
Av. Travessera de Les Corts, 9
08028 BARCELONA

Barcelone, le 24 février 1988

Monsieur, madame,

Nous nous chargerons de la diffusion en Espagne des produits de la Maison Gher, et nous vous invitons à visiter notre stand n.º 23 dans le Salon Gaudí Femme.

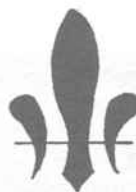
Nous vous prions de nous confirmer votre assistance pour pouvoir nous occuper de vos demandes.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, Madame, l'expression de nos sentiments distingués.

Chef du Ventes

Nemi S.A.

Diagonal, 369
08009 BARCELONA
Tel. 463.21.87



Boutique Le Monde
Carlos III
08028 BARCELONE

Barcelona, le 24 février 1988

Messieurs,

Nous avons le plaisir de vous annoncer notre entreprise. Nous avons un ligne très élégant, pour la femme actuelle.

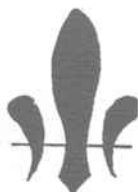
Nous pouvons donc vous satisfaire les demandes dans les meilleurs conditions de prix et de délais. Nous tenons à votre disposition les catalogues et toute le nécessaire pour votre information.

Sauhaitant vous offrir nos meilleurs services, nous vous prions de croire, messieurs, à nos sentiments les meilleurs.

Chef du Ventes

Nemi S.A.

Diagonal, 369
08009 BARCELONA
Tel. 463.21.87



V/Ref. 36FG
N/Ref. 33IJ
Objet: réserver un stand

Palais des Congrès
Av. Reina Cristina
08004 BARCELONA

Barcelone, le 10 février 1988

Messieurs,

Notre entreprise veut réserver un stand pour le «Salon international de la mode» que aura lieu au nous de septembre. Nous désirons aussi deux hôteses, des conditions bonnes d'illumination et d'autres choses elementales.

Veillez également nous préciser vos conditions générales de prix.

Nous vous serons reconnaissant de nous envoyer vite votre réponse et le prix du stand.

Veillez agreer, Messieurs, l'expression de nos salutation distinguées.

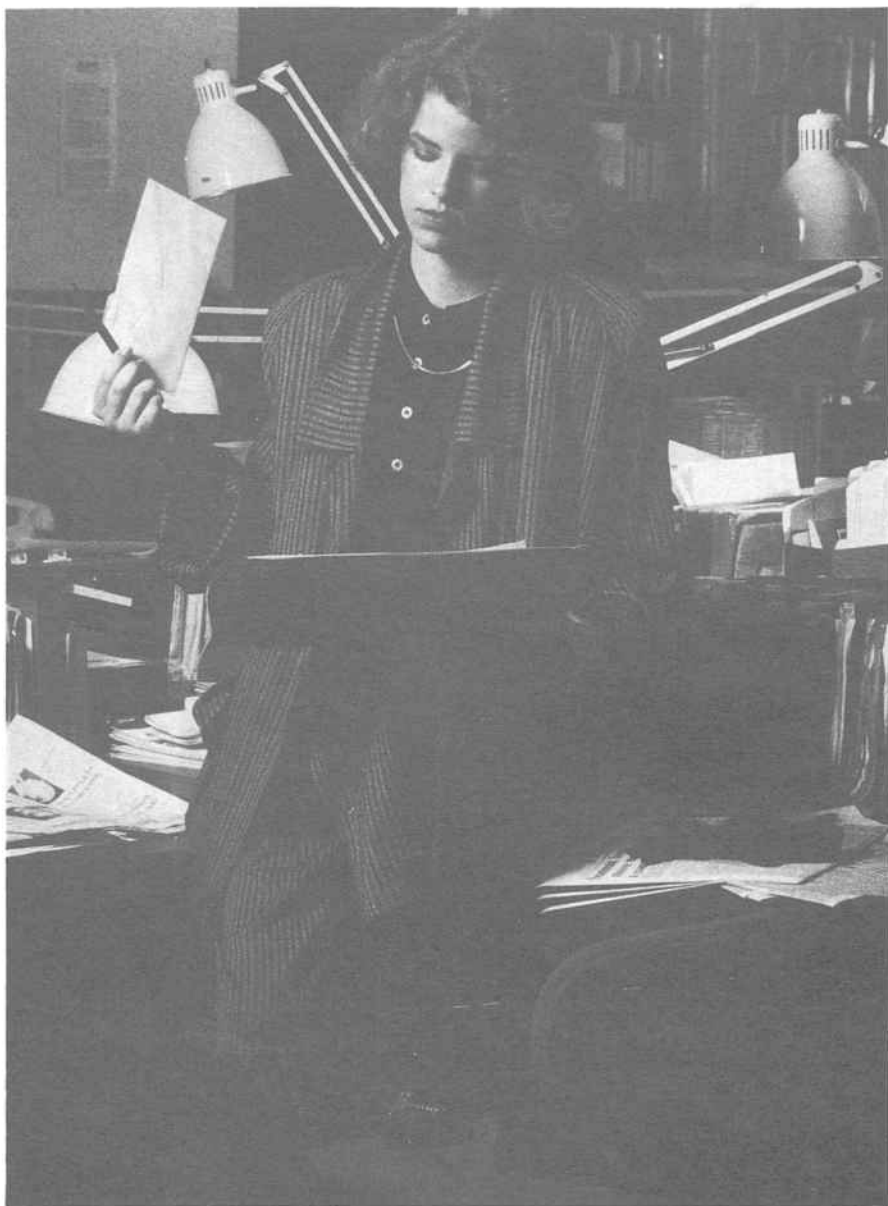
Le chef de Marketing

La nuit énigmatique,
La beauté de la fleur,
Oscar de la Renta romantique.

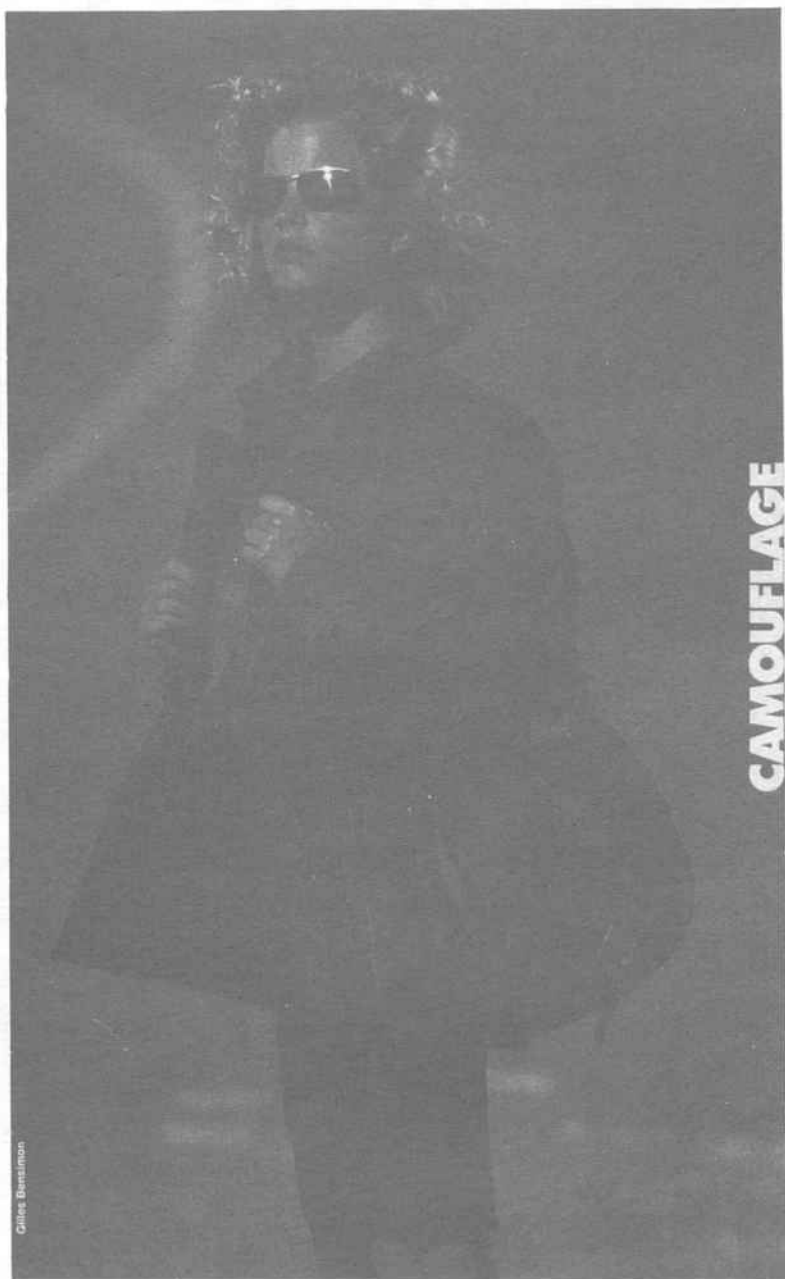


Oscar de la Renta
PARFUM (PARIS)

Producto distribuido por VENTURA / Diagonal, 309 08009 BARCELONA



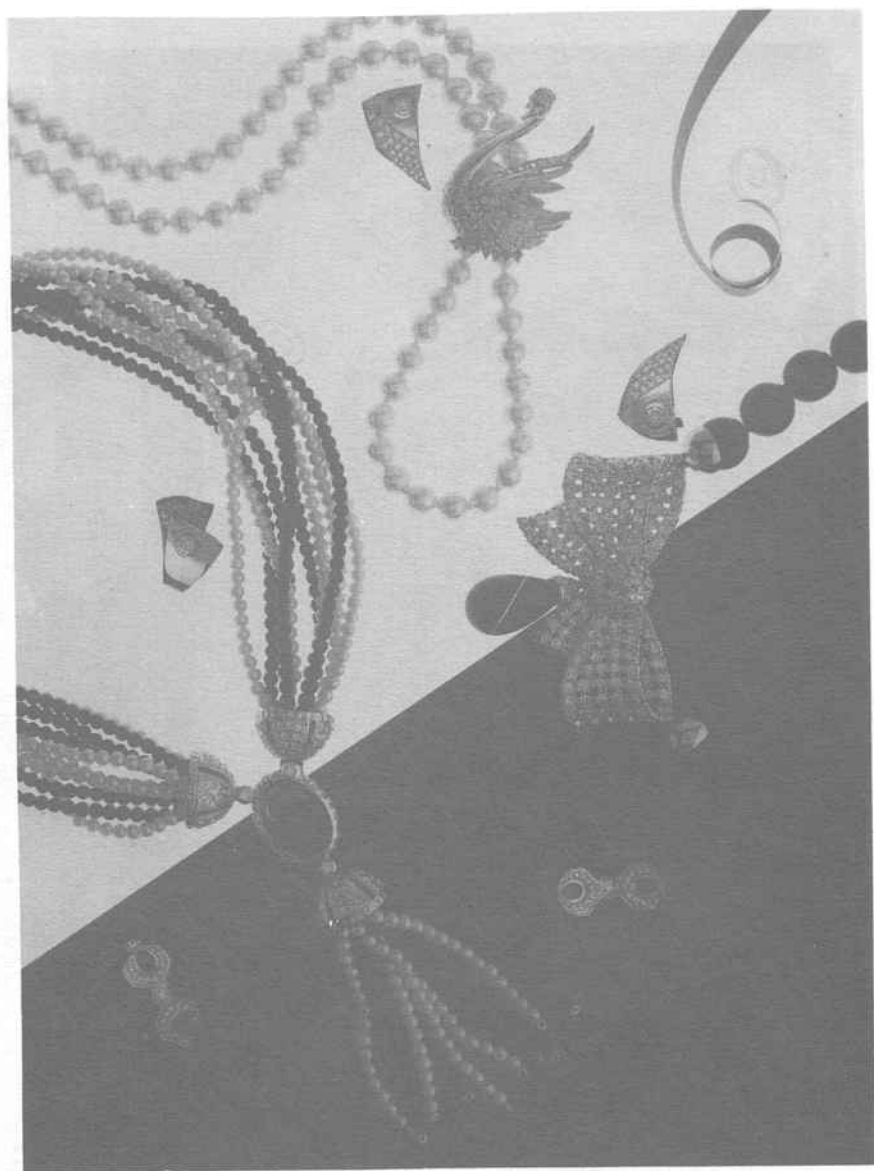
PENSÉ POUR PENSER



Gilles Berruon

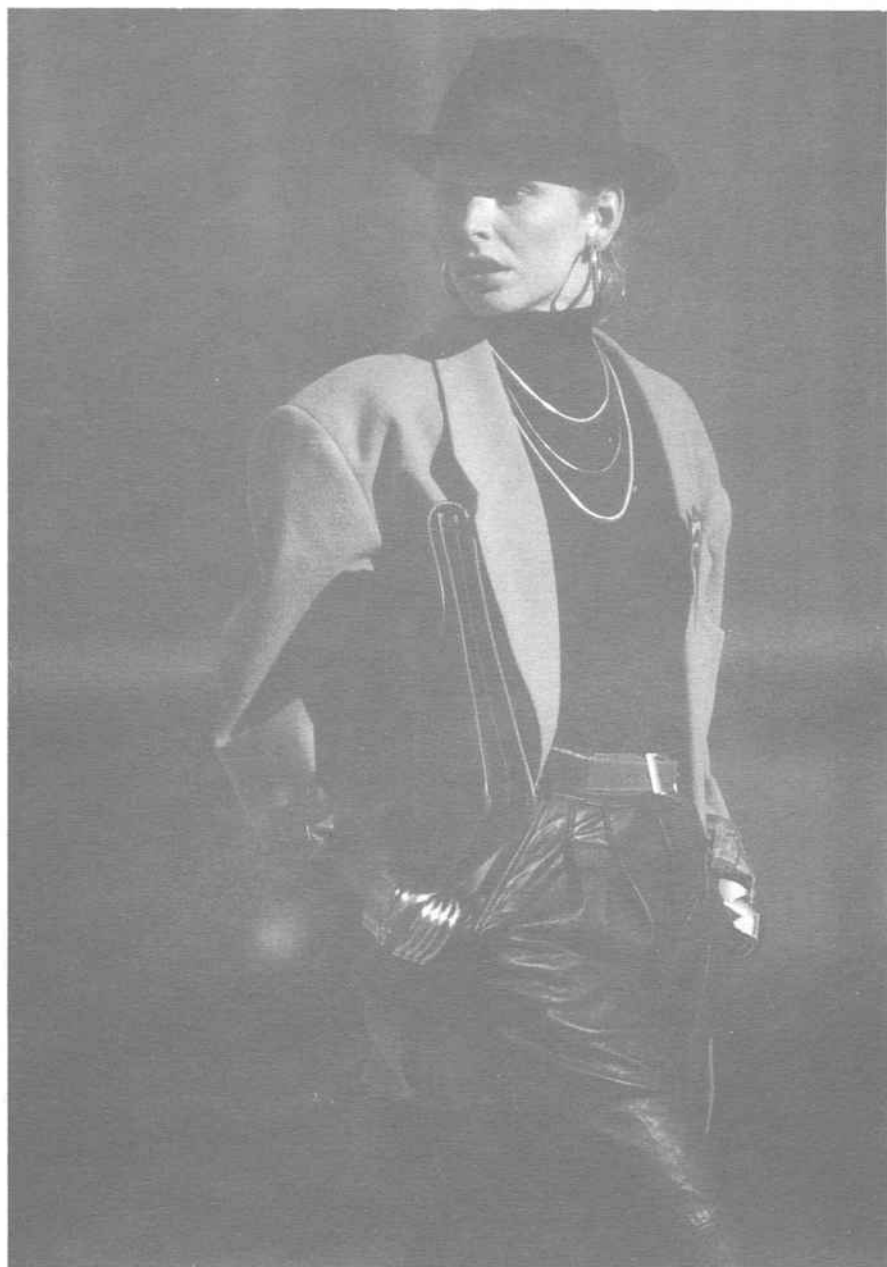
CAMOUFLAGE

S
I
T
U
E
X
T
E
R
I
E
R
H
A
B
I
T
A
T
I
O
N
D
E
C
A
M
O
U
F
L
A
G
E



POUR LA NUIT ETERNELLE. Groupe de trois colliers fantastiques, combinables avec boucles d'oreilles et bagues différentes. Les colliers sont en perles, avec métal et brillants

CUR, ELEGANCE EN UN MOT



Après avoir étudié le problème des professeurs de français en Espagne la carence de solutions satisfaisantes, nous avons pensé, pour essayer de faire "vivre" la langue française, à enseigner dans le cadre des E.A.T.P. et comme seconde langue à option, *un* ou *des* français dits, de spécialité.

Nous voudrions démontrer que le français est "*aussi*" une langue de *communication* fort utile dans le contexte national et international, et que son enseignement peut améliorer, à la fois, le niveau culturel des élèves et les préparer à une activité professionnelle tout en leur permettant dans un futur proche d'établir des contacts avec l'Europe et les pays francophones.

Nous avons souligné l'importance de différencier ce nouvel enseignement "orienté" de celui de notre première langue traditionnelle. Pour cette raison, nous donnons, dans ce manuel, une série d'orientations pour le professeur: objectifs prioritaires, contenu linguistique, démarches pédagogiques, exploitation de documents actualisés et renouvelables à volonté, accès au matériel conseillé et une bibliographie complète.

Ce manuel se voudrait une aide, un guide pour les professeurs qui choisiraient cet enseignement, aussi bien -et c'est tout à fait possible- en E.G.B., F.P., B.U.P. et C.O.U.

En effet, il s'agit de donner des bases dans une langue *correcte*, *claire*, *précise*, à laquelle nous ajouterons quelques termes et expressions spécifiques, une série de connaissances qui aideront nos étudiants lors de futures études plus approfondies.

Notre but, plus que de rechercher un véritable savoir linguistique, est d'offrir à nos élèves, les moyens d'acquérir un "savoir faire" et un "savoir être" dans des situations données tout en leur donnant une image de la FRANCE moderne et technologique éloignée des mythes et des stéréotypes.

Simone FIDAN